



TREND-DRIVEN INNOVATION

Beat Accelerating Customer Expectations

趋势型创新

打造让人尖叫的产品

搜狗公司CEO

王小川

优客工场创始人

毛大庆

长江学者特聘教授

陈劲

混序部落创始人

李文

联袂推荐

《商业模式新生代》作者亚历山大·奥斯特瓦德 (Alexander Osterwalder) 作序

[美]

亨利·梅森 (Henry Mason) 大卫·马丁 (David Mattin)

马克斯韦尔·卢西 (Maxwell Luthy) 迪莉亚·杜米特雷斯库 (Delia Dumitrescu)

/ 著

邓非 张楠 周详 / 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

WILEY

TREND-DRIVEN INNOVATION

Beat Accelerating Customer Expectations

趋势型创新

打造让人尖叫的产品

[美] 亨利·梅森 (Henry Mason) 大卫·马丁 (David Martin)
马克斯韦尔·卢西 (Maxwell Lüthy) 迪莉亚·杜米特雷斯库 (Delia Dumitrescu) / 著

邓非 张楠 周详 / 译



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

WILEY

每位商界领袖、企业家、变革者和营销人员都希望了解客户的思维走向，可问题在于，关于如何做到这一点的广为人知的观念却是错误的。在这本令人眼前一亮的新书中，trendwatching.com 团队与读者分享了一个有悖常理但却强有力的真相：想要了解人们的想法，就应该将目光投向更广阔的商业，而不是紧盯客户。也就是说，参照 Apple、Uber、Chipotle 和 Patagonia 这样的名企和颠覆性创业公司重新定义客户期望的方法，学习获得洞察力。

《趋势型创新：打造让人尖叫的产品》一书与读者分享了 trendwatching.com 团队近十年来成为上千家世界成功的企业和机构所依赖的公司的秘诀，并将永久改变人们对商业世界的看法。

Copyright©2015 by trendwatching.com,BV.All Rights Reserved. This translation published under license. Authorized translation from the English language edition, entitled Trend-Driven Innovation: Beat Accelerating Customer Expectations, ISBN 978-1-119-07631-5, by Peter F. Drucker; Joan Snyder Kuhl and Frances Hesselbein, Published by John Wiley & Sons. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyrights holder.

本书中文简体字版由 Wiley 授权机械工业出版社独家出版。未经出版者书面允许，本书的任何部分不得以任何方式复制或抄袭。版权所有，翻版必究。

北京市版权局著作权合同登记 图字：01-2015-7352 号。

图书在版编目（CIP）数据

趋势型创新：打造让人尖叫的产品 /（美）亨利·梅森（Henry Mason）等著；邓非，张楠，周详译. —北京：机械工业出版社，2016.9

书名原文：Trend-Driven Innovation: Beat Accelerating Customer Expectations

ISBN 978-7-111-54680-1

I . ①趋… II . ①亨… ②邓… ③张… ④周… III . ①产品开发 IV . ① F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 203109 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：李新妞 责任编辑：李琳瑜

责任校对：舒莹 责任印制：李飞

北京天时彩色印刷有限公司印刷

2016 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

203mm × 203mm · 22 印张 · 237 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-54680-1

定价：69.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：（010）88361066

机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：（010）68326294

机工官博：weibo.com/cmp1952

（010）88379203

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com

对本书的赞誉

如果你是一位创客、设计师或企业家，这本书对你大有助益！它有趣又不失严谨，它简单又不失优雅。它为我们提供了一套系统，用以洞察那些会重塑我们的商业、社区和生活的系统。

——丽莎·甘斯基（Lisa Gansky）

著名企业家，*The Mesh* 作者

《趋势型创新》是对这个变化世界的深刻洞见，它超越了一切显而易见的常识，甚至超越了那些对未来的预见。如果你想要关注人们未来的需求，那这本书你不容错过！

——戴维·巴特利特（David Bartlett）

未来产业基金咨询委员会主席，塔斯马尼亚州前州长

《趋势型创新》为我们提供了一个寻找消费者背后驱动力的最快捷的方法，尤其是在当今这个高度竞争而又高度合作的时代。这应该是最深邃的思考：消费者不一定都正确，只是他们常常走在了商业机构的前面，总是领先一步。

——茱莉亚·郝布斯鲍姆（Julia Hobsbawm）

伦敦卡斯商学院名誉客座教授

作为企业家，你可以本能地获得你所在领域的当下趋势。但是，如果你想了解如何把握下一波趋势，《趋势型创新》可以给你一些实用的建议！

——卡桑德拉·斯塔夫鲁（Cassandra Stavrou）

Propercorn 公司创始人

我几乎从未向别人推荐过商业书籍，但是对这本《趋势型创新》，我义不容辞，因为它的主题是如此贴合当下的时代，和每一个企业都息息相关。

——费德里克·阿恩（Fredrik Härén）

史上最佳 100 本商业书籍之一 *The Idea Book* 作者

作为一个共享经济模式创业公司的 CEO，人们常常问我，如何才能洞察下一波趋势。《趋势型创新》给了我清晰的洞见、语言和工具。

——亚历克斯·斯特凡尼（Alex Stephany）

JustPark 公司 CEO

一本值得反复阅读的书，它提醒我们趋势就在我们身边，它不断激发我们新的创意，引导我们实现创意人生。

——马克·哈维兰（Mark Haviland）

乐天集团欧洲营销总监

我们没有预见未来的水晶球。《趋势型创新》像一座灯塔，引导你的商业之船安全抵达成功的彼岸。勇敢地启航吧！

——尼古拉·贝利（Nicola Belli）

Safilo Spa 集团客户与产品创新总监

透彻、可行的洞见！《趋势型创新》帮助我们将趋势转化为商业机会！

——雅各布·萨特穆勒（Jakob Suttmüller）

荷兰方提斯大学创意产业方向高级讲师，*Serious Concepting* 作者

推荐序

亚历山大·奥斯特瓦德

Strategyzer 联合创始人
《价值主张设计》和
《商业模式新生代》作者

每个企业都期望走向成功。识别和利用趋势的能力高低是衡量成功企业家和普通创客的分水岭。如果你不能洞察趋势，并有效地运用到自己的企业，你就处在危险中！

智慧的企业家可以识别那些可能重塑自己未来的趋势。他们不是把资金和资源投入到所谓“正确的观念”上，而是选择一些趋势，用创新商业模式和价值定位来验证这些趋势——测试、适应和实施新的趋势。

2004 年，我出版了《商业模式新生代》，帮助企业在“商业模式画布”这个框架上进行创新。我创办的公司 Strategyzer 旨在在这个领域帮助大家。我们开发了软件，鼓励大家经常

实验、试错和迭代。超过百万用户使用了“商业模式画布”。3M、万事达卡、高露洁、GE 和雀巢都在使用这套系统，并证明它是有效的。

挑战在于，如何利用趋势构建一个可以让企业存活并持续获取利润的商业模式，提供一个吸引客户并区别于竞争对手的独特价值定位？所有这些观念的风险在于，它们像长期放在冰箱的酸奶一样会过期。很多曾经垄断型企业都有过这样的经历。降低风险的方式之一是建立一个实验组合。有些会失败，但有些会成功。如果你进行一系列的积极实验，终将会获得成功。最具挑战的部分在于，所有这些新的探索，都将优化现有的

商业。

Trend Watching 的专家们为我们提供了抓住消费行为变化的内涵和工具。他们提供了聚焦思路、发展商业模式和为消费者提供独特价值定位的快速启动工具。本书是一个直接又复杂的起点，它能帮助企业找到获得未来商业增长和成功的关键按钮。

在商业发展中，趋势并不是一个新概念。问题的关键在于，企业如何识别趋势，并结合新的消费行为和市场动态，将这些创新应用到自己的业务中，为消费者创造价值、赚取利润。

自序

我们为什么要写 这样一本书？

本书提出一个大胆的观点：如何让你领先于不断增高的消费者期望！我们为什么会有如此信心？在过去的 90 天，亚马逊上商业类书籍共新增 22 435 本，唯独我们提出这样的观点。你愿意相信我们吗？

从 2002 年我们开始研究趋势和创新至今，这个世界发生了太多变化。很多事情已经依稀难辨。刷和按[⊖]只是一个简单的动作。那时，我们还是站在街头挥手打出租，扎克伯格还在上高中，金砖四国的概念刚刚提出。“买一送一”和共享经济

还是不为人知的商业模式。事实上，当我们开始观察趋势的时候，免费和众包这两个时下最主流的创新商业模式连名字都没有。那个时候，趋势是大师们做出的昂贵报告和讲演。但是，我们颠覆了这一切。我们提供免费的线上趋势报告。我们邀请那些对趋势充满热情的读者加入，一起构建了一个全球性的趋势观察网络。这个方法奏效了！在过去的 13 年里，我们从阿姆斯特丹一个只有 3 个人的小房子里走向了世界，如今已发展到伦敦、纽约、圣保罗、新加坡和拉各斯

等全球 100 多个地区拥有超过 3 000 多名趋势观察家的专业机构。96% 的世界 500 强企业的品牌专家在阅读我们的报告。有超过 1 200 个品牌机构、代理机构、咨询顾问、非营利组织和学校在使用我们的线上平台。我们每年举办超过 50 场线下趋势会议和工作坊。每个月有超过 2 500 万用户使用我们的免费报告。

但是，客户、趋势观察家和读者也不断地对我们提出质疑的。这些趋势都是从哪里来的？它们会持续多久？它们会走向何方？它们究竟

⊖ 智能手机的操作动作。——译者注

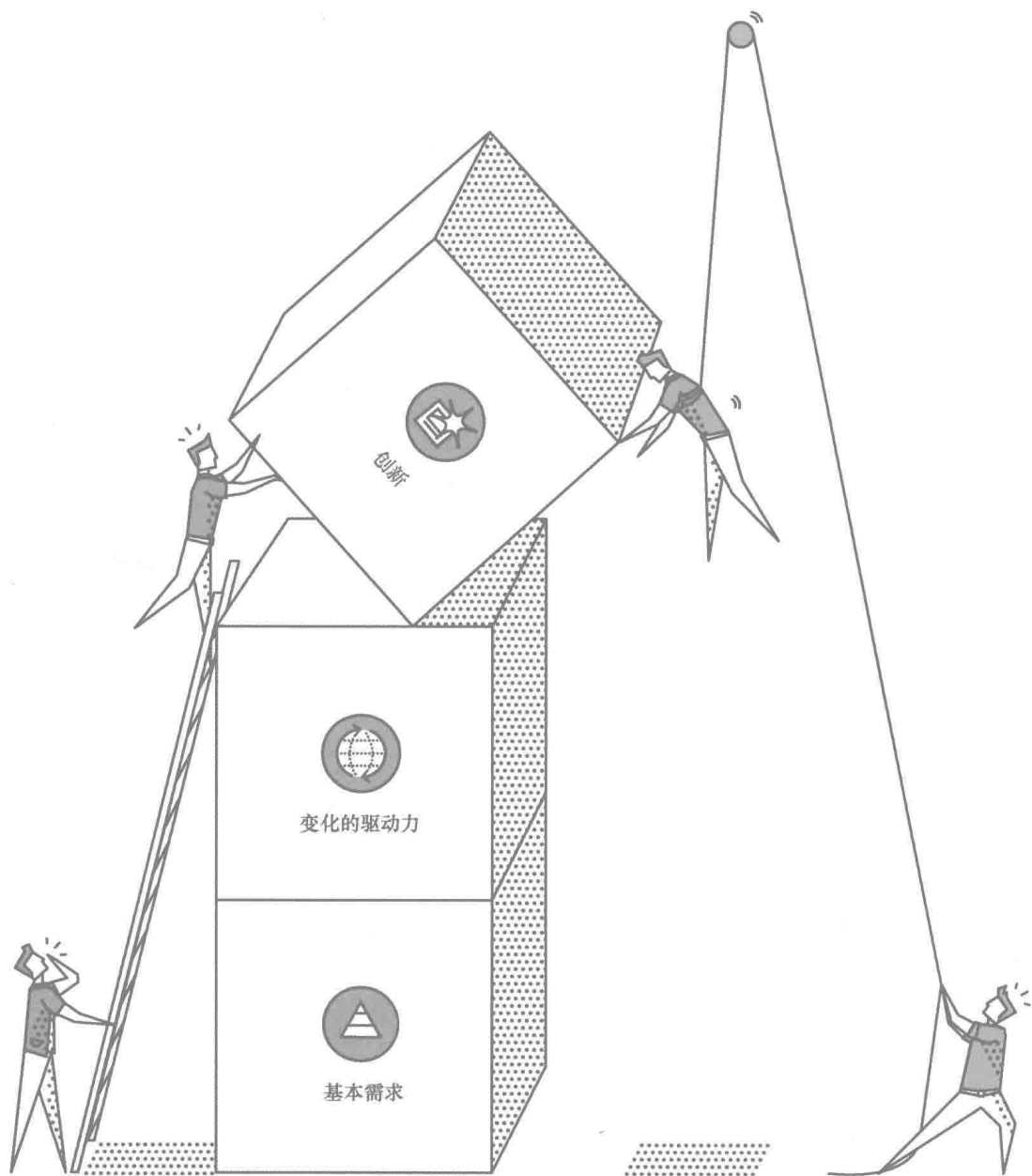
意味着什么？它们会影响什么？我们可以利用它们做什么？我们期望通过这本书来回答这些问题。与其为大家提供当下热点的汇总，倒不如和大家分享我们是如何做的方法论。关键是帮助你解决这个至关重要的问题：我们该如何持续且成功地洞察、跟踪、聚焦、行动和有效利用趋势，甚至走在趋势前面？

当读完这本书，你将会重新看待这个世界。你将有能力预见你的客户下一步的需求是什么。你和你的公司将会更加成功。《趋势型创新：打

造让人尖叫的产品》不仅仅支持你在商业上成功。总而言之，每个人都期望一个光明的未来：无论对自己而言，还是对社会和整个世界。我们可以创造更好的明天。事实上，我们有这样的责任和义务。不要逃避，让我们一起享受这一切！

Henry, David, Max, Delia

2015年4月





更多支持材料、实践练习、
特色交互工具和模板，
请移步：

**TREND
DRIVEN
INNOVATION
.COM**

此专属福利只针对已购买此书的
读者，因此，请您购书之后登录。

[目录]

1

为什么是现在

2

观察

3

聚焦

1.1 为什么是现在

期望经济

为什么取悦消费者越来越难 / 06

为什么消费者越来越挑剔 / 10

为什么消费者越来越挑剔 / 12

为什么消费者越来越挑剔 / 14

为什么消费者越来越挑剔 / 16

为什么消费者越来越挑剔 / 18

为什么消费者越来越挑剔 / 20

为什么消费者越来越挑剔 / 22

为什么消费者越来越挑剔 / 24

为什么消费者越来越挑剔 / 26

1.2 为什么是现在

趋势 101

在何处与趋势同行 / 44

先观察企业，再观察

消费者

也许“以消费者为中

心”这一道理的原因

是什么 / 60

趋势在野

未来四大消费趋势及如何

识别 / 86

建立一个消费趋势监测框架

构建趋势框架的目的

及方法 / 98

后人口统计理论下

的消费主义

聚焦那些出人意料的事情 / 120

评估趋势

为什么几乎所有的趋势都能给你带来巨大的商机 / 144

趋势雷达

可视化、易分享的趋势驱动战略 / 172

生成
4

执行
5

文化
6

生成——趋势洞察

趋势洞察：从数据到洞察
趋势洞察：从洞察到数据

趋势洞察：从洞察到数据
趋势洞察：从数据到洞察

01 消费趋势画布
简单而强大的创意工具 / 200

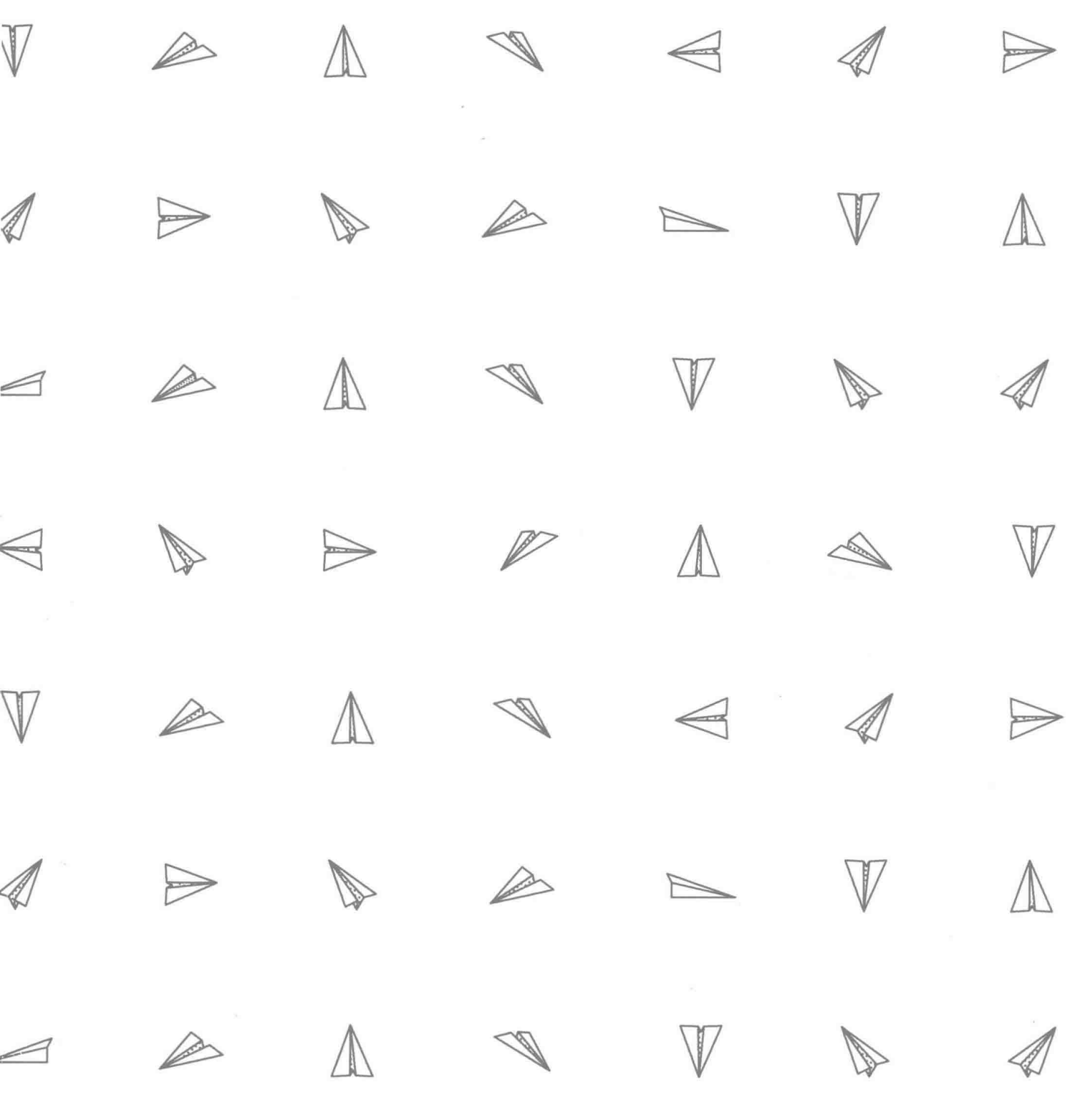
02 消费趋势画布的应用
从案例中学习 / 224

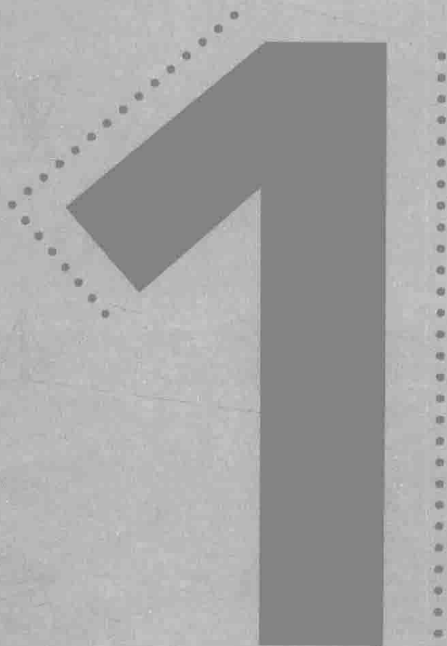
03 趋势工作坊
开创传递“赢”的工作坊 / 244

起步
做好起始阶段的每一步 / 264

04 内部组织
每个人都是趋势观察家 / 286

05 外部生态
连接外部力量，开启成长机会 / 306





为什么是现在

欢迎来到“期望经济”时代

[为什么是现在]

你正打算创业、设计一款令人尖叫的产品。注意：消费者正在变得越来越挑剔，你根本不可能满足他们的期望，更别说制造惊喜了。

期望经济

为什么取悦消费者
越来越难