



互联网+ 万众创新

互联网引领者的思考

李枢菁◎著

从全面深化改革到“十三五”规划落实，
从创新驱动发展战略到大众创业、万众创新，
从“互联网+”到中国制造2025……
中国经济进入新常态必须走创新之路。

这是一个“互联网+”的时代，互联网给传统行业注入了新的活力；
这是一个万众创新的时代，企业和个人的创造力将造就出新的辉煌。

深度解读
“互联网+”时代
的创新战略



当代世界出版社
THE CONTEMPORARY WORLD PRESS

互联网+ 万众创新

互联网引领者的思考

李枢菁◎著



当代世界出版社
THE CONTEMPORARY WORLD PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网 + 万众创新 / 李枢苇著. -- 北京 : 当代世界出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-5090-1111-9

I . ①互… II . ①李… III . ①互联网络—发展—研究
IV . ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 146378 号

书 名: 互联网 + 万众创新
出版发行: 当代世界出版社
地 址: 北京市复兴路 4 号 (100860)
网 址: <http://www.worldpress.org.cn>
编务电话: (010) 83907332
发行电话: (010) 83908409
(010) 83908455
(010) 83908377
(010) 83908423 (邮购)
(010) 83908410 (传真)
经 销: 全国新华书店
印 刷: 北京凯达印务有限公司
开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16
印 张: 18
字 数: 245 千字
版 次: 2016 年 9 月第 1 版
印 次: 2016 年 9 月第 1 次
书 号: 978-7-5090-1111-9
定 价: 42.00 元

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系调换。
版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载!

前 言

Preface

下一个五年，创新决定成败

2016年3月19日，阿里巴巴集团董事局主席马云，Facebook创始人、CEO扎克伯格，两位互联网行业的大腕儿对话中国的下一个五年，共同出席了北京钓鱼台国宾馆举办的主题为“新五年规划时期的中国”的发展高层论坛。

随着两会的成功闭幕，2016-2020年的“十三五”规划迅速成为各大行业关注的热点。与“十二五”不同的是，“十三五”规划更注重质的飞跃，并提出了创新、协调、绿色、开放、共享的五大发展理念，而且“创新”一词排在五大理念之首，这对于一直以创新拉动行业发展的互联网公司来说，无疑是一个非常令人兴奋的信号。

在经过了快速的、粗放式的发展之后，中国的发展重心将转移到提高发展质量和效益上来，要实现这一发展目标，唯有创新一条路可走。尤其是对于历来视创新为生命的互联网行业来说，下一个五年，创新直接决定成败。

互联网刚刚兴起时，有不少公司靠着简单的模仿就能生存下来，但在未来五年，这种现象将不复存在。如今，互联网行业已经形成了一个相对成熟的市场，存在一大批诸如阿里巴巴、百度、腾讯等实力强大的互联网巨头，在这样一个强敌环伺的竞争环境中，只有依托创新才能脱颖而出，这也是互联网公司发展的唯一出路。

在扎克伯格看来，创新就是致力于解决长期的问题。在3月19日的中国发展高层论坛上，他发表了自己对互联网未来创新领域以及方向的一些看法，他认为未来十年互联网创新最需要解决的三个问题分别是：互联网联通、人工智能、VR（虚拟现实）。

人工智能是当前互联网行业的一个热点，尤其是2016年3月9日开始的Google人机大战，AlphaGo连胜三局，成功打败了韩国围棋选手李世石，向全世界宣告了人工智能时代的来临，引起了互联网人士的热议讨论。

在扎克伯格看来，目前人工智能的能量还比较有限，不管是图片识别还是语言翻译，所采用的都是相同的技术，还有非常大的创新潜力和发展空间，他认为“未来5到10年人工智能将取得巨大进步”。Google也正是因为看到了人工智能的发展潜力，所以不惜在2014年花费将近4亿美元收购了人工智能公司DeepMind，提早开始创新布局。

与扎克伯格工程师的专业眼光相比，没有任何互联网技术背景的马云对未来互联网创新则有着不同的看法，他更关心如何通过创新让生活变得更方便、快捷。“大的创新可能要等200年才能完成，我们现在也在看第三次技术革命的到来。接下来的三四十年，我觉得技术在人体科学方面会有更大的突破。”

互联网创新并不是一个孤立的创新，未来五年，互联网行业会不断向多领域渗透发展，创新不仅仅局限在技术层面，而是会更多地表现在改变人们的生活方式上，比如无人驾驶取代人工驾驶，人工智能代替门诊医生，穿戴智能设备看电视、玩游戏就可以身临其境……

对于广大互联网人士来说，创新还有非常长的一段路要走，随着互

联网的快速发展，创新对于互联网公司来说会变得越来越重要，创新的技术门槛也会越来越高。

不管是在下一个五年，还是未来的几十年中，互联网行业的发展都会遵循一条简单粗暴的生存原则——创新决定成败。所以，当前广大互联网公司的当务之急，是抓紧时间布局创新领域，尽早占领创新的主战地，只有这样才能从容应对即将到来的第三次技术革命，才能在越发激烈的竞争中站稳脚跟，保有自己的席之地。



第一章

乔布斯：以独特的理念征服世人

创新要有新想法、新手段·····	003
简约才能铸造永恒·····	007
创新也要借鉴别人·····	010
创意可以创造奇迹·····	013
细节是创新的突破口·····	016
用人，找创新人才，用人才创新·····	019
敢于想象，没什么是不可能的·····	022

第二章

扎克伯格：创新就是要有形而无序

创新必须具备扎实的技术·····	029
有趣的创新很重要·····	032
创新必须要坚持自己的判断·····	036
创新要有坚定的信念·····	040
创新不重要，有需求的创新才重要·····	044
创新也要在营销上耍耍新花样·····	048
把与众不同练就成一种本能·····	051

第三章

布莱恩·切斯基：创新就是要敢于冒险

创新就是人们提出异议时会想起你·····	057
分享闲置也是一种创新·····	060
在管理上要保持好奇心·····	063
承认弱点，才能更有创造力·····	066
一定要有冒险精神·····	069
越是“不可理喻”越接近成功·····	072

第四章

雷德·霍夫曼：知识相互匹配催生创新力

坚持差异化就是创新·····	077
创新就是竞争，就是不断迭代·····	080
本土创新，成功在华扎根·····	083
不烧钱，照样拥有海量用户·····	086
创新要放低姿态、覆盖更多人群·····	089
双品牌运营，创新与挑战同在·····	092

第五章

任正非：思想上的创造才有价值

做出属于自己的特色·····	097
要创新出能卖掉的东西，就得反幼稚·····	100
具备忧患意识才能不断创新·····	104

创新要站在巨人的肩膀上·····	108
高工资推动的创新·····	112
脱掉“草鞋”换上“美国鞋”·····	115

第六章

雷军：创新就是做别人没做成的事

创新是为了更好地迎合人心·····	121
前所未有的粉丝效应·····	124
打造独特的商业模式·····	127
接着做别人没做好的事情·····	131
挖聪明人共事·····	134
打造属于小米的营销板斧·····	138
创新就是让用户尖叫·····	142

第七章

周鸿祎：创新就是要颠覆市场游戏规则

要创新，就要进行颠覆式创新·····	147
颠覆式创新要从微创新开始·····	151
争议力就是创新力·····	154
创新管理方式，草根创业式孵化·····	157
创新真正的“道”是价值观·····	160
创新就是要与众不同·····	163
要免费！就是跟你们不一样·····	166

第八章

李彦宏：要比别人看得更深刻

敢想他人之不敢想·····	171
要有专注的精神·····	174
要扎下去，并且要扎得深·····	177
创新是百度的灵魂·····	180
用自己的优点去求变，去创新·····	183
要比别人看得更深刻·····	186
创新的目的是满足用户的需求·····	188

第九章

李开复：创新重要，有价值的创新更重要

创新的常规是打破常规·····	193
不盲从就是一种创新·····	196
打造自己的创新工场·····	199
以人为本是企业保持持久创新力的关键·····	202
有用的创新更重要·····	205
创新是为了成为更有价值的公司·····	208
树立新的价值理念·····	211

第十章

马化腾：模仿也是一种创新

创新要站在前人的肩膀上·····	217
------------------	-----

创新就是要做出同类产品没有的优点·····	220
模仿，最稳妥的创新·····	223
创新就是整合，创新就是运作·····	226
适合国情的，就是最有创意的·····	229
QQ是“拿来”的创新·····	232
创新和引入不矛盾·····	235

第十一章

马云：独特的视角和预见性

执行力与创新力并存·····	241
似我者俗，学我者死·····	244
不要保守，去干高风险的事情·····	247
创新就是要与明天竞争·····	250
企业内部要有创新机制·····	253
创新要把握好节奏·····	256

第十二章

杨致远：不跟随被踩烂了的成功之路

创新引领时代潮流·····	261
创新能走出新的成功之路·····	264
不创新，必死无疑·····	266
不断寻求的创新·····	269
想创新就必须敢犯错误·····	272



第一章

乔布斯：以独特的理念征服世人

▲ 创新要有新想法、新手段

据国外媒体报道，14年前苹果公司曾经一度濒临破产，而14年后的今天，苹果却一跃成为全球最受钦佩的科技公司。究竟是什么样的力量让苹果起死回生，并逐渐走上行业巅峰呢？波士顿咨询公司（BCG）发布的“2015全球最具创新力企业50强”（2015 Most Innovative Companies）名单或许能够给我们提供一些参考。

“2015全球最具创新力企业50强”是基于对1500位全球企业高管进行调查得出的结果，每一位高管都被要求对自己所在行业的企业进行排名，及进行所有企业的跨行业排名。此外，评选还将过去五年间的股东权益报酬率纳入了计算。名单的前三强是苹果、谷歌和特斯拉。

其实，早在2007年，苹果就被《商业周刊》评为“全球最具创新能力的公司”，超越了谷歌、微软、诺基亚等巨头，并连续3年赢得此称号。显而易见，创新一直是苹果公司发展到今天最强有力的支撑。

作为苹果的联合创始人，史蒂夫·乔布斯在创新领域颇负盛名，正如美国总统奥巴马所说，“乔布斯是美国最伟大的创新领袖之一，他的卓越天赋也让他成为了一个能够改变世界的人。”

创新就是要有新想法、新手段，不过在科技领域，有新想法、新手段的人并不在少数，乔布斯之所以是乔布斯，是因为他对自己的新想法有一种近乎于偏执狂的坚持。一款经典产品，100倍股价涨幅，1000万



台 iPad，1 亿部 iPhone，2.7 亿台 iPod，乔布斯亲手打造了苹果帝国，创造了 IT 历史上最辉煌的商业奇迹。在鲜花和掌声的背后，往往有着无数的艰辛和汗水，乔布斯也不例外，他同样经历过失败和挫折，但难能可贵的是他从未放弃过改变和创新的梦想，哪怕是两次手术、8 年抗病都没能阻挡他不断实现新想法的道路。

在乔布斯看来，创新并不是一件多么高深的事情，也不必像广告语一样宣扬得言过其实，苹果的创新理念很朴素、很简单，即“将每种科技发挥到极致，既能让人们吃惊、兴奋，又知道如何使用它”。

工程师出身的乔布斯非常精通产品研发，这使得他对产品的性能和使用体验有着非常严苛的标准与要求。

从第一代 iMac、iPod，到钛合金外壳的 PowerBook 和冰块状的 Cube，乔纳森·艾韦作为苹果的 ID 实验室负责人，绝对算得上一个行家，但乔布斯对其主持设计的第二代 iMac 模型依然提出了新想法。

“没有什么不好，其实也挺好”，乔布斯非常厌恶这种感觉，他想要的是惊艳，而第二代 iMac 模型给人的感觉却是平庸，用乔布斯自己的话说，“它看起来很像缩水后的第一代”。在手机、电脑等硬件领域，很多系列产品都是在第一款产品的基础上稍做改进，增加一些功能，美化一些外观等，不过乔布斯在第二代 iMac 上并没有丝毫懈怠，而是一如既往地坚持着自己的完美主义。

为了让第二代 iMac 更加完美，乔布斯专门叫来了乔纳森·艾韦，两个人一边在植物园里走来走去，一边商谈第二代 iMac 的改进问题。

“每件东西都必须有它存在的理由。你可能需要从它后面看，为什么必须要一个纯平显示器？为什么必须在显示器里放一个主机？”或许

外观在其他管理者眼中只是一个无关紧要的问题，但乔布斯却对这一点异常执着，置身花园中的他突然灵光一闪，一个奇怪而独特的新想法出现了一“它应该像一朵向日葵”。

很多人都有天马行空的想象力，但并不是每个人都能像乔布斯这样把新想法坚决地贯彻实施。“向日葵”的新产品概念，经过了无数工程师们长达两年的时间才最终得以实现，由此不难看出，乔布斯对新想法的坚持与执着。或许正是他对新想法或者说创新的超强执着，才锻造出了广受世人欢迎的苹果产品。

乔布斯敢于坚持自己的新想法，有着自己的创新理想和明确方向，这正是他用于引领苹果不断超前发展的灵魂和精髓。

早期的智能手机都有一个看起来密密麻麻的复杂键盘，手机越智能，操作起来就越复杂、难用。面对这个问题，乔布斯灵光一闪，智能手机为什么不能是一个大屏幕 + 一个简易操作装置呢？

当绝大部分人把智能手机定位于功能更多样化的通话装置时，乔布斯则认为，智能手机应该是一个小型的移动电脑，这种独特的视角和奇特的想法，促使他用设计电脑的思维来思考智能手机。对于电脑来说，最简易的操作装置是鼠标，但手机用户带着鼠标到处走并不方便，于是这个操作装置就演变成了触控笔，可是触控笔在实际使用中很容易丢失，那么为什么不能直接用手指操作呢？

智能手机从键盘式操作到触屏式操作，树立起一个具有划时代意义的创新里程碑，而这个想法的提出者和最初实践者正是苹果，可以毫不夸张地说，乔布斯用他的新想法引领了全球整个智能手机行业的风潮与变革。



【创新启示】

作为一个企业，若是没有创新能力，只是日复一日地进行重复，其实是很可怕的，而前进的方向便是，那些突然闪耀在我们脑海中的奇思妙想。我们要像乔布斯那样，敢于用属于自己的新想法来与市场相较量，并坚持不懈，只有这样，企业才会在日渐激烈的市场竞争中找到属于自己的一席之地。