

掌控NEXT时代的《新爆米花报告》

预约未来

作者 贾丝·波普科恩 & 丽丝·玛丽格德

译者 邵姝丽·苏波



爆米花再现榜首，NEXT旋风狂扫！

美国首席趋势预测专家Faith Popcorn 崭新推出《新爆米花报告》。预言16种保证持续10年以上的生活消费大趋势。揭示商业机会大潮，诉说成功契机。

美国畅销书文摘赞誉此书

“是一本与托夫勒《大未来》并驾齐驱，更具有商业价值，提供NEXT时代生活消费预测完整画面的书籍”。本书作者与读者共享的是：商业社会的动感，工作和生活的创意与突破，成长，成熟与成功的借镜。因为你做了正确的事（Do the right things），而不是把事情做正确（Do the things right），你懂得因势利导，因而胸有成竹，事半功倍。

CLICKING

厄因哈德·柯林斯(Harper Collins)出版公司原书封面



掌控NEXT时代的《新爆米花》



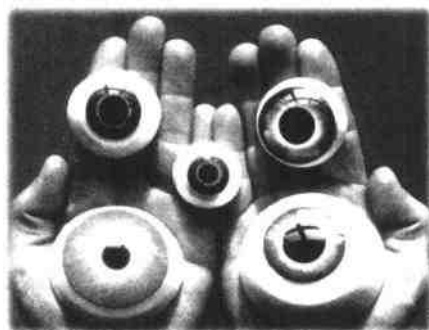
国防大学 2 064 4347 3

預約未來

著者——费丝·波普科恩 & 丽丝·玛丽格德

译者——邬姝丽·苏波

CLICKING



中国人事出版社



著作权合同登记 图字: 01-97-1412

图书在版编目 (CIP) 数据

预约未来/ (美) 波普科恩 & 玛丽格德著; 邬姝丽, 苏波译. -
北京: 中国人事出版社, 1997.12
ISBN 7-80139-162-4

I. 预… II. ①波… ②玛… ③邬… ④苏… III. 未来学
IV. G303

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 26196 号

Clicking (revised edition)

Copyright © 1996 by Faith Popcon and Lys Marigold

© 1997 中文简体字版专有权属中国人事出版社

Published by arrangement with Harper Collins Publishers, Inc. (USA)

Copyright licensed by Arts & Licensing International, Inc.

版权所有, 不得翻印

预约未来

作者: (美) 波普科恩 & 玛丽格德 著

翻译: 邬姝丽 苏波

责任编辑: 曲英丽

出版: 中国人事出版社

社址: 北京朝阳区西坝河南里 17 号

经销: 新华书店北京发行所

印刷: 北京市华新印刷厂

开本: 850mm × 1168mm 1/32

印张: 15

字数: 430 千字

印数: 1—8000 册

版次: 1998 年 1 月第 1 版 1998 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-80139-162-4/C·029

定价: 28.20

版权所有 翻印必究

本书对于未来趋势的预测，着重于生活与消费形态层面，适合一般企业领导，行销人员、广告策划人或个人阅读和参考，也是理论工作者校正思絮的事实资料。

掌控大未来，把握成功机遇

——迈向 21 世纪的 16 种大趋势

费丝·波普科恩这位被誉为“商界诺查丹玛斯”的智库顾问公司主席，在她的《预约未来》一书中，把未来趋势描写得格外生动有趣。与其它叙述趋势的书不同的是，这本书所描写的未来趋势，并非庞大无际，更不是遥不可及，它和我们的生活密切相关。我们正置身在这些趋势潮流中。透过波普科恩的描绘，使我们更清楚地看到整个趋势的全貌。

趋势不是一天造成的，而是一点一滴逐渐累积形成的。等它形成时，就如潮流洪水般沛然不可御。成功者是那些最早发现趋势而能运用趋势的人。因此，与其说这本书是告诉你什么是未来趋势的书，不如说这本书是告诉你如何掌握趋势，获得成功的书。

本书开宗明义，即提出一个“Click”的概念。“Click”，作者称之为“卡答”或“开窍”，更有中文“契机”的含义。

在人生的路上，当你抓住了时代的脉搏，掌握了趋势的发展，你就开启了成功之门。你所做的一切就那么顺理

成章、水到渠成。因为你做了正确的事 (Do the right things), 而不只是把事情做正确 (Do the things right)。你懂得因势利导, 因而事半功倍。

比尔·盖兹在 19 岁的时候创立微软 (Microsoft) 公司, 他认为个人电脑革命的发生将影响数以百万人的生活。事实证明, 他的眼光正确, 微软不但成为非常成功的企业, 而且营造趋势抢先一步, 在消费者抵达之前, 到达他们所在的位置, 提供消费者他们还不知道自己所想要的物品, 取得成功。

本书对于未来趋势的预测, 着重于生活与消费型态层面, 适合一般企业老板、行销人员或个人阅读和参考, 也是理论工作者校正思绪的事实资料。

自从作者在《爆米花报告》提出“蛰居族”的新名词以后, 我们的确感受到这个趋势的形成, 尤其拜电脑科技所赐, 越来越多的人通过国际互联网“在家工作”、“在家购物”, 享受家居的乐趣。

《新爆米花报告》的“开宗明义”, 仍然是“迎合蛰居趋势”, 所不同的是, “从前我们蛰居, 因为有趣; 现在蛰居, 是出于恐惧。”从联合航空的爆炸案到亚特兰大百年奥运纪念公园爆炸案, 更加深了世人对安全的疑虑。

本书所归纳的 16 个趋势, 某些是彼此关联的, 某些则看似矛盾。

彼此关联的趋势包括了:

一、“蛰居”和“追求寄托”关联。现代人既然想要躲在家里, 求得身心的安全, 但更需要精神的寄托。

90年代是禁忌的年代，说“不”的年代，拒绝毒品、拒绝香烟、拒绝性爱的年代。现代人的苦闷可想而知，因此，追求宗教的慰藉、简朴的生活和复古风是必然的趋势。

二、“女性思维”和“新好男人”关联。女性的崛起，也使得男性角色改变。女权思想的日益高升下，男人也开始“女性化”。男人下厨房、帮忙做家事，不再是“不自然”的事。男人注重外表，上护肤中心，不足为奇。男性香水风行，男人留长发、戴耳环，甚至穿裙子，被视为是流行。

这股趋势被指为：“男性获得解放，获得更大自由、更灵活、更感性，更愿意去尝试男人不愿做的事。”有许多男人不以为然、不敢苟同、不是滋味，但这是事实。

三、“自我主张”和“人老心不老”关联。个人主张盛行，因此连老人也不服老，不愿受传统束缚，老人有自己的想法和主张。

世代混合。老年人打扮得像年轻人一样，热爱运动、旅行，老年人重拾热情，同时购买力也惊人。在乌龙茶的广告中，最受欢迎的广告明星不是年轻人，而是一位“欧巴桑”，因为她童心未泯、乡土纯真。

四、“警觉的消费者”和“拯救社会”关联。消费者保护主义兴起和环保运动的形式，可以说是90年代最重要的全球性趋势。消费者不再沉默，全力争取自己的权益。自从现代消费主义之父劳夫·纳德（Ralph Nader）在70年代站出来，指责大厂商漠视消费者的权益后，促成消费者保护意识的觉醒。世界各国相继成立消费者基金会，使得消

费者不再投诉无门，消费者不再是弱势群体。

而环保运动更是如火如荼，生活在地球上的人类已警觉到环保危机的日益严重，采取行动已是刻不容缓。因此“拯救社会”的趋势已是全面性、全球性。塑料瓶回收，再生纸的使用，无铅汽油的普及，电动车的研发，雨林的保护等都是环保的一环。环保运动也促成绿色行销时代的来临。

看似矛盾的趋势则包括了：

一、人们既追求“蛰居”的生活，又渴望“呼朋唤友”、“梦幻历险”。

“蛰居”是脱离人群、独自生活，“呼朋唤友”则是加入群体，寻求归属感，可见人的内心很矛盾。

族群的形成，就是志同道合的人在一起。因此各式各样的俱乐部成立，吸引许多成员。历险，则是追求冒险、寻求刺激。不过，“梦幻历险”正可满足这种双重需求。

北京城郊今年出现了一种勇敢人的游戏。那就是“蹦极”。它吸引了许多“勇敢的人们”，引起了学者的关注，现代人从追求感官刺激，到心理满足，再到精神冒险，崇尚战胜自我，挑战极限，这反映生活富裕后，在社会稳定平缓时期，人们在尝试新的调和心态方式。在这些尝试中，往往形式比内容更重要。这种从追求物质生活到追求精神力量，是社会进步的表现。

二、人们既追求“健康的热潮”，却又“以享乐为报复”，追求“小小的放纵”。

现代人生活富裕，但是过度的饮食，却造成健康的危

机。

有氧运动、健身减肥、以乌龙茶替代可乐、健康食品等风行，都是由于健康意识的抬头。但是在另一方面，人们还是拒绝不了诱惑。“以享乐为报复”，速食、咖啡、烟、酒、性爱，还是大大畅行。“小小放纵”者，还是希望满足口腹之欲。难怪，吃喝玩乐的书一发行就销售一空。

三、人们既要“忙碌生活”，又要“自愿脱离”。

现代人责任太多，时间太少。一心要能二用，一面开车，一面要拿大哥大讲话，生活忙碌是必然现象。但是，也有越来越多人选择“自愿脱离”，改行择业、在家工作、开个小店、逃离大城市，做个自由自在的人，欢喜就好。在未来这些趋势的发展中，我们可以发现电脑科技的影响日益深远。

美国有34%的人拥有个人电脑，电脑的日益普及，使得“忙碌生活”得到很大的助益。E-Mail有助于人际沟通，电子网络使资讯唾手可得，电子购物越来越方便，这些都能迎合“蛰居”趋势。

电脑造就了“虚拟族群”，在电脑上交朋友、谈恋爱、交换心得，适合“呼朋唤友”。彼此通风报信、相互支援，可以形成“警觉的消费者”，还可集合对环保持相同理念的人，共同“拯救社会”。

电脑创造的“虚拟实境”满足了“梦幻历险”的需求。“侏罗纪公园”让你体验恐龙再现。“龙卷风”让你感受飓风风暴，“星际终结者”让你经历外星人侵袭、巨大飞碟压境。拜电脑科技之赐，可以神游虚境，让你梦幻似真。未

来，可以在电子书上自己选择小说结局，用指纹辨识在自动提款机提款，用虹彩辨识机扫描眼睛通过安全检查等，都更符合“自我主张”的趋势。

在本书中所提出的各种趋势发展，正代表了无限商业机遇。本书指出，若你的想法能够符合四个以上的趋势发展，那就代表着一个成功且胜算极高的创意构想。你可能正掌握了成功的契机。

本书最后一个单元，教你如何衡量趋势、掌握契机，实现自己的梦想；或者如何东山再起，重新掌握成功机会。

作者自己也在本书中略述自己创业之历程，并阐述成功的要领，提供许多新鲜的创意，指引迈向成功的途径。因此，我说本书不单只是一本观察入微、发人深省的趋势报告书，更是一本饱含大未来的出谋划策报告书。

目 录

导读

掌控大未来，把握成功机遇

第一部 成功的钥匙

——稳妥地敲开未来之门

筑梦成真的人	(3)
作成功的未来派	(17)

第二部 16种趋势中的成功机遇

——契机及三种以上趋势的融合

智库的趋势银行	(29)
为什么追随趋势	(32)
趋势1 通过蛰居而获得成功	(46)
趋势2 呼朋唤友	(60)
趋势3 奇幻历险	(74)
趋势4 以享乐为报复	(88)
趋势5 小小的放纵	(107)
趋势6 寻找寄托	(118)

趋势 7 自我主张	(139)
趋势 8 女性思维	(153)
趋势 9 解放型男人	(185)
趋势 10 反忙碌生活	(202)
趋势 11 自愿脱离企业界	(218)
趋势 12 活出品味来	(233)
趋势 13 人老心不老	(257)
趋势 14 警戒消费者联盟	(274)
趋势 15 打倒偶像	(289)
趋势 16 拯救社会	(303)

第三部 现在就运用这些新趋势

——趋势筛检法：寻找契机

趋势筛检法，寻找契机	(318)
如何成功设计脑力激发	(338)
掌握对的时机	(348)
拼图的生涯	(356)
成功的向导	(378)
成功的讯息：处世智慧与座右铭	(386)
儿童与成功	(394)
别无选择：幻想成功	(407)
从零到英雄	(419)
成功的名字	(436)
未来的术语	(448)
未来以后的想法	(453)

新爆米花报告

第一部

成功的钥匙

稳妥地敲开未来之门

筑梦成真的人

轻轻地在衣服上擦一擦手指，然后慢慢地将号码盘向右拨，把耳朵紧贴在盘面上，倾听制动栓滑到位，接着换个方向，把号码盘按逆时针方向慢慢地向左拨，最后再向右拨，所有的号码好像都已到位。你打开了吗？是的，你能听到机件已滑入最后的凹槽。咔嗒！棒极了。号码锁打开了。

在你一生中有多少次这种咔嗒到位的感觉呢？就如打开保险箱一样，必须寻找和发现适合未来新生活的正确的组合数字。一旦掌握了它，你就豁然开朗。许多人一生都感到有点不合时宜，达不到愿望。有些事总不如愿，工作、地点等。总之，做什么什么不顺。

很多时候，你所需要的不是巨大的变化。通常只需稍微调整一下就可以正中目标。

有人把咔嗒一声描写为晴天霹雳。地震学上有个美妙的字眼：海啸，意即由海底地震或火山爆发引起的巨大的海浪。这就是当你咔嗒一声正中目标时的感受，就像海中巨浪扫过你和你眼前的一切。

在字典中，咔嗒（click）的字面意思是“契合”，恍然大悟。其俚语的意思是“成功”。就像波士顿塞尔蒂克老球员罗伯特·帕里斯回忆当年他和他的队员劳瑞·波德的默契合作：“他们不费吹灰之力便在球场上大显身手，取得成功。”在电脑术语中，“咔嗒”是万能的。一声咔嗒，两声咔嗒，发出指令，创造图像，咔嗒一声，指示灯即亮或熄。

想一想现代生活中所有的按键开关。咔嚓一下，你的电视机就打开了。咔嚓，咔嚓，你按下遥控器转变频道，寻找有趣的电视节目。咔嚓，你按下相机快门抓拍某一时刻。咔嚓，这是有人打电话的声音。咔嚓，咔嚓，你就可以按下开关和拨电话的人通话。

咔嚓，就是这个声音，这个字眼，唤醒人，激发人。咔嚓一下有如弹指发出的声音，使人醒悟，警觉，勇敢地把握新世界的机会。

咔嚓意味着时刻准备迎接明天即将到来的一切。要想生存，人就得能屈能伸。虽然成功让人舒服，但成功来之不易，不可能全靠运气。本书所谈的是帮你找到未来之门的那个组合。试想一下自己站在十字路口，一边是现在的你，一边是你想塑造的你。我们的目标是把你引向正确的方向（在书中，所有箭头都指向前方），提供正确的工具，让你迈向未来，掌控成功契机。

成功来自何方？

你手里拿着的这本书，灵感来自对于我们的第一本书《爆米花报告》的强烈反响。通过四万人对书上最后一行那句“给我打电话，给我发传真，给我写信，向我微笑”话的反应，我们意识到一般人也可用这本书来改变自己的生活。

同样的灵感来自我的那次“趋势观念”（Trendview）研讨会。虽然研讨会是面向商业团体的，但大部分听众所提出的都是有关个人的问题。“未来的热门工作是什么？”“我的孩子应该学什么？”“未来经济趋势适合小公司发展吗？”

这些问题像是遇难船上的水手发出的“瓶中信”，只不过这些信件是由普通的美国人发出的。他们处于生命中的某一阶段，

对未来不大有把握。这是有道理的。

很明显，要想取得个人和事业的成功越来越难。我们当中有大量的人在工作中陷入僵局，这使得他们在经济或情感上都得不到回报。在 80 年代末和 90 年代初期，成千上万的人实际上已看到自己的工作无情地遭到淘汰，至今仍然没能找到个人的重心。

我们的答案就是告诉读者如何使用“智库趋势”（Brain Reserve Trends）作为变化的具体公式。我们成功地应用在《幸福》（Fortune）杂志五百家大企业上的趋势预测，同样对个人也起作用。**这些趋势是观察未来市场发展的方法，同时也帮助那些无论在纸上还是在梦中画下蓝图的人创业。**

好像我们从社会上每个角落都听到同样的故事。

◎单亲家庭告诉我们，他们具有想象力和精力，能够在社会上取得成功，但却不知从哪儿开始。

◎被误贴标签的“新新世代”告诉我们，他们需要帮助，走上事业的轨道，并急于找到一份工作。（你是否知道 1993 年“常春藤盟校”（IVY Leaguers）毕业生中有 50% 的毕业生在毕业六个月后仍然没有找到工作？）

◎被迫提前退休的中年经理告诉我们，他们想知道，“还有别的什么地方需要我的技能？”或者更直接地抱怨：“我为蓝图公司卖命 33 年，而公司却给我一个遣散通知来回报我。”正如一首西部歌曲的歌名“他得到金矿，而我只得到矿井”。

◎但更重要的是，我们得知有些人想证实他们一直冥思苦想的点子，这个点子或者能改变，或者能改进他们的未来。例如一位作护士的母亲，她读了《爆米花报告》之后决定为社区内的医生们提供电话服务。一位有社会意识的毕业生没进入企业界的侏罗纪公园而开创了森林再造的工作。还有一位 50 来岁的经理，因飞机制造业不景气裁员而丢掉了饭碗，但他反而精力比从前更