



人人可以做 创客

创客文化引领未来商业潮流
创客精神成就未来商业领袖

刘玉山◎著

全程揭密从创客到“独角兽”掌门人的十八般武艺！
打通创客经脉，你也可以从一无所有到一无所缺！

重庆出版集团  重庆出版社



全程揭密从创客到“独角兽”掌门人的十八般武艺！
打通创客经脉，你也可以从一无所有到一无所缺！

图书在版编目(CIP)数据

人人可以做创客 / 刘玉山著. —重庆: 重庆出版社, 2016.9

ISBN 978-7-229-11103-8

I. ①人… II. ①刘… III. ①企业管理—通俗读物
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 071042 号

人人可以做创客

RENREN KEYI ZUO CHUANGKE

刘玉山 著

选题策划: 陈龙海

责任编辑: 陶志宏 张蕊

责任校对: 杨媚

封面设计: 国风设计



重庆出版集团 出版
重庆出版社

重庆市南岸区南滨路 162 号 1 幢 邮政编码: 400061 <http://www.cqph.com>

北京华韵大成文化传播有限公司制版

三河市九洲财鑫印刷有限公司印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话: 023-61520646

全国新华书店经销

开本: 710mm×1000mm 1/16 印张: 18 字数: 212 千

2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-229-11103-8

定价: 38.00 元

如有印装质量问题, 请向本集团图书发行有限公司调换: 023-61520678

版权所有 侵权必究

前言 PREFACE

在2015年12月,《咬文嚼字》杂志公布的2015年度十大流行语中,创客排名第五。究竟什么是创客?简单来说,就是出于兴趣爱好,努力将脑中的各种创意转变为现实的人。“创”的含义是创造、首创、开创、创立,它体现着一种积极向上的生活态度,同时要通过行动和实践去发现问题和需求,并努力找到解决方案;“客”的含义则是客观、客人,客观体现的是理性思维,客人则体现了人与人之间良性互动、开放与包容的精神。

创客,与我们常说的科技精英、创新人才有着本质的不同,他们并不一定非得拥有专业高端的知识和技能不可,创客活动也并不一定都有很高的门槛。只要有创作的欲望,任何人都有机会成为一名创客。我们许多人在小时候可能都有利用乐高玩具或积木搭建模型的经历,实际上,这就是一种最简单、最初级的创客活动。

在企业的发展过程中,创客们也在不同程度上发挥着作用。许多专注于创意的企业及其领导人,比如苹果公司和史蒂夫·乔布斯、微软公司和比尔·盖茨、Facebook和马克·扎克伯格等,在某些层面上都具备创客的特征及属性。

在许多年前,欧美的创客们曾成功研制了一架无人机,其成本仅为波音公司研制的同类无人机的1%。这架实现了众多功能的无人机让社会各界都见识到了创客们的实力,看到了“草根科研”的力量。

在互联网时代下，创客们焕发了前所未有的生机，并逐渐成长为一股影响社会进步发展的庞大“势力”。

如今，中国的独立创客和创客团体也正如雨后春笋般快速崛起，并形成了以北京、上海、深圳三大“创客基地”为中心的创客圈子。而随着李克强总理发出“大众创业、万众创新”的时代号召，国内的创客们又将迎来前所未有的发展机遇。

本书是一本关于创客的综合性“科普读物”，立足于创客运动的起源和发展，分析创客运动的巨大作用和影响力，展望创客运动的未来走向等。

全书共分为四大部分。第一部分以风靡全球的创客类活动作为导入，讲述了创客的概念、起源、发展态势、内在特质、爆发诱因、行为原则等基础性内容；第二部分以国内外优秀的创客作品作为导入，讲述了以兴趣为主导的创客应当如何挖掘并实现创意，以及以创业为主导的创客应当如何完成从创客到创业者的跨越，成功实现创业项目；第三部分以苹果和海尔这两大创新企业作为导入，讲述了创客对于企业创新发展的重要意义，以及企业应当如何搭建和管理内部创客组织，为企业注入创新活力；第四部分以创客对于产业、商业发展的影响力作为导入，讲述了创客运动对于社会进步发展的巨大推动力，以及政府和社会各界应当如何运用政策、资金资源、渠道等力量支持和引导社会化创客运动的普及发展。

本书面向所有对创客有兴趣、希望了解创客世界的读者。无论你是拥有强烈的创新欲望，还是希望将创客作为创业的跳板，或是想要借助创客的力量推动企业发展，都可以阅读本书，了解创客们的物质和精神世界，成为创客世界中新的一员。

创客的大门向任何人敞开，创客们的创新潜力不可估量，创客运动必将演变为一场社会性、时代性的潮流。在这个以创意为先、以创新为重的社会氛围和产业趋势下，属于创客的时代已经来临。

目录 CONTENTS

前言 / 001

Part 1 创客时代



第1章 创客运动正风靡全球 / 003

1. 美国白宫搭建“创客集市” / 004
2. 深圳创客联盟正式成立 / 007
3. Maker Faire: 创意嘉年华 / 011
4. 创客类节目精彩纷呈 / 015

第2章 创客，“玩”的就是创意 / 019

1. 创客的起源和发展 / 020
2. 我国的“创客地图” / 023
3. 创客，是一种信仰 / 028
4. 创客vs黑客vs极客 / 031

第3章 全民创客运动缘何爆发？ / 035

1. 信息爆炸成为灵感源泉 / 036
2. 开源精神和开源工具成为创新温床 / 039
3. 时代的创新需求成为强大推动力 / 043

第4章 创客三原则 / 047

1. Think: 思考但不要太久 / 048
2. Make: 行动就不要放弃 / 051
3. Share: 分享且不要保留 / 054



Part 2 解放创意



第5章 创客拥有无穷魔力 / 059

1. 国外优秀的创客作品 / 060
2. 国内优秀的创客作品 / 064

第6章 创客必备的基本素质 / 069

1. 态度：坚信创意无止境 / 070
2. 知识：孕育创新的土壤 / 073
3. 经验：有积累离成功更近 / 076
4. 想象力：为创新插上翅膀 / 079
5. 实践：创客必须走出家门 / 082

第7章 人人都能成创客 / 085

1. 衣食住行，创意空间无处不在 / 086
2. 用创造性思维点燃创意 / 092
3. 别找借口，你的障碍只有自己 / 095

第8章 创客到创业，理想还有多远？ / 099

1. 创业蓝海，未必游得轻松 / 100
2. 创客和创业是不同“学问” / 103
3. 创客到创业者，需要哪些蜕变？ / 106

第9章 组建创客团队 / 111

1. 创客，不是一个人在战斗 / 112
2. 发现具备创客精神的“创业合伙人” / 114

3.创客团队必备的三种人才 / 117

第10章 创客管理学 / 121

1.目标聚人心，专注才能实现 / 122

2.有兴趣更要有责任 / 126

3.尊重和空间，创客不可或缺的“营养” / 128

4.自由≠放纵，制度不可少 / 131

第11章 创客战略规划 / 135

1.定位：客户在哪儿？需求是什么？ / 136

2.融资：创客们永远的痛点 / 139

3.转型：危机时刻如何抉择？ / 142



Part 3 商业革命



第12章 卓越企业拥抱创客运动 / 147

1.苹果是伟大的“创客企业” / 148

2.海尔启动“创客实验室” / 150

第13章 创客时代，企业需要“接舷” / 153

1.创客的质和量决定企业未来 / 154

2.创客助力企业转型 / 157

3.让企业成为“DIY工厂” / 160

第14章 搭建企业内部的“创客组织” / 163

1.企业创新，从内部变革开始 / 164



2.如何应对企业内部的创新阻力 / 166

3.创客组织的定位与架构 / 169

4.赋予创客组织必要的权利和义务 / 172

第 15 章 创客组织产品设计 / 175

1.未来产品，只能走上创新或没落的单行道 / 176

2.技术or需求？“酷”才是最重要的 / 179

3.关注长尾，打开产品创新之门 / 182

4.做创新产品必须具备匠人精神 / 185

第 16 章 创客组织价值链强化 / 189

1.价值链的薄弱环节正是利润盲点 / 190

2.寻找从灵感到结果的最短路径 / 192

3.创客组织，必须是一个“全能组织” / 195

4.重构价值链，将创意与利润挂钩 / 198

第 17 章 创客组织创新激励 / 201

1.封闭式创新vs开放式创新 / 202

2.“内部创业”不只是一个口号 / 206

3.当激情不再，如何持续前行？ / 209

第 18 章 创客组织文化建设 / 211

1.创客文化，是互联网精神的升级 / 212

2.由点及面，引导创客文化的扩散 / 215

Part 4 驱动未来



第 19 章 创客运动将成社会颠覆力量 / 219

- 1.民间力量助推国家战略 / 220
- 2.创客运动与新工业革命 / 223
- 3.创客运动和商业未来 / 227

第 20 章 关注教育，创客从娃娃抓起 / 231

- 1.创客教育 = 未来教育模式 / 232
- 2.从微课、慕课和翻转课堂看创客教育 / 236
- 3.创客大赛，以竞技带动进步 / 239

第 21 章 创客社区，全民参与的创新网络 / 241

- 1.创客们的“小社会” / 242
- 2.从兴趣社区到实践社区 / 244
- 3.打造创客社区服务链 / 247

第 22 章 政策开放，来自政府的有力支援 / 251

- 1.创客运动需要政府支持和造势 / 252
- 2.李克强总理为创客空间“点赞” / 255
- 3.深圳倾力打造“设计之城”和“创客之都” / 257
- 4.政策支持需要关注“草根创客” / 261

第 23 章 社会化创客运动落实战略 / 265

- 1.在创客和产业间架起桥梁 / 266
- 2.打造良性循环的创客产业链 / 269
- 3.夯实基础，完善创客生态链 / 272

Part 1

创客时代

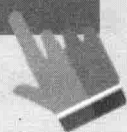
创客，作为一种以创意活动实践为主的新兴群体，正在以自身强大的创造力改造着这个世界，创客逐渐成为各个创意舞台中的主角，建设着属于自己的时代。



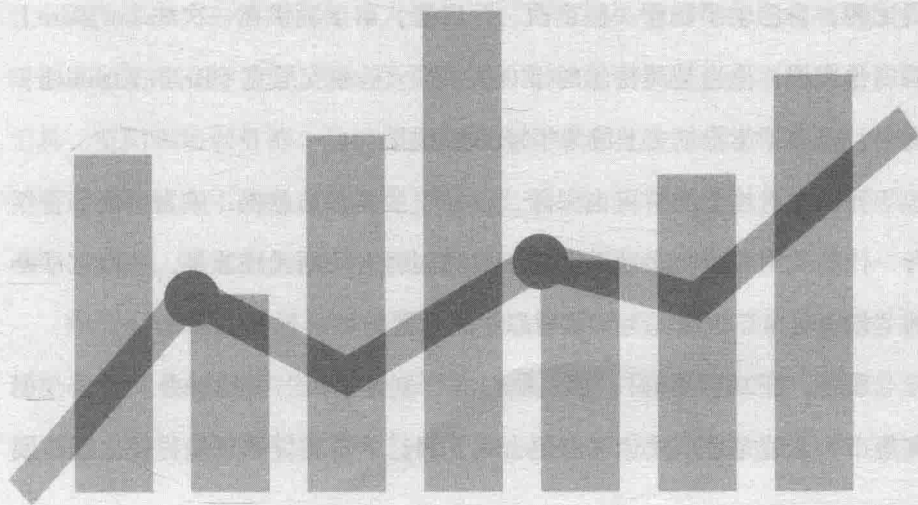
第1章

创客运动正风靡全球

Go



在这个创新思潮空前澎湃的时代，以创新为荣的精神赋予了许多个人和组织前所未有的使命感。在对创新尝试的追求与实践之路上，创客这一以创新为己任的新生群体也逐渐登上了世界历史的大舞台。而由广大创客作为行动主体的创客运动，也正在成为风靡全球的创新盛会。



1.美国白宫搭建“创客集市”

美国几乎可以称得上是世界近现代史上的创新发源地，在开放性的思维和环境下，美国人民历来喜欢追求“新鲜玩意儿”，而美国政府对此也是不遗余力地支持。不过，在总统的办公要地白宫内开设“集市”，还是让许多人惊讶万分。

在2012年的白宫科技展上，一名叫乔伊·哈迪（Joey Hudy）的16岁少年将一颗棉花糖“炮弹”用自己的自制大炮成功发射，并横穿了美国国家宴会厅，一举“征服”了美国总统奥巴马。而随后在传递卡片的互动环节中，少年乔伊又做了一件了不起的事，他在卡片上写道：“不要让生活变得无趣，自己动手制作一些东西。”后来，由于乔伊在一次Maker Faire上的出色表现，他也被英特尔的CEO布莱恩·科兹安尼克（Brian Krzanich）看中，成为了英特尔史上最为年轻的实习生。

乔伊在卡片上的留言也深深“教育”了奥巴马总统，成为了他号召年青一代的美国青少年多动手动脑、投身创客运动的灵感源泉，在白宫举办的“创客集市”也由此为契机得以正式开展。

最终，在2014年6月，第一届白宫“创客集市”如约举办。所谓“创客集市”，就是让广大创客有机会曝光自己的各类发明创造，使之能够展

现在公众眼前。而将白宫作为主办地，更是为这届“创客集市”赋予了非凡的意义，展现了国家最高领导集团对于创客运动的重视。在第一届白宫“创客集市”上，奥巴马总统也亲自发表了一段演讲，在祝贺“创客集市”成功举办的同时，也阐明了创客运动对于整个国家未来发展的重要价值和意义。

在白宫方面看来，通过举办“创客集市”以及类似的创客类活动，既有利于促进高等设计、制造工业以及高端科学工程学的发展，又能极好地培养普通人的创新精神和企业家精神。美国政府相关的管理机构已经与众多公司、非营利性组织、社会团体建立了不同程度的联系，共同致力于将这一活动发展壮大。比如，美国国防高级项目机构和退伍军人管理局联合支持在匹兹堡地区开设创客原材料商店，以便更多民众能够接触到先进、实用的制作器具。而在美国志愿队和部分公司、基金会的支持下，创客培训计划也在一些学校和青少年服务组织中如火如荼地进行。截至2013年夏天，美国已经有超过9万名青少年及其家庭成员参与过与创客相关的各类活动。

谈及未来，白宫方面发言人还表示，白宫相关管理机构还将继续加大对创客运动的支持力度，努力为广大青少年学生和年轻企业家提供更多的工具、空间和培训资源，协助他们更好地发挥自身的创造才华。同时，相关管理机构还在不断畅通和拓展公司、大学、社区与基金会参与到创客活动中的渠道，强化社会各界对于创客以及创客运动的支持。

作为全球微控制器和触摸技术解决方案的领导者，同时也是创客运动热心支持者的Atmel公司，也参与了首届白宫“创客集市”，并联合多位主创人员展示了他们的创新技术。Atmel的营销副总裁桑达·亚兹

（Sander Arts）在接受采访中说道：“创客运动是下一次伟大的工业革命，它体现了美国精神。我们祝贺白宫举办了这样一次盛会，并感谢它认可和倡导创客运动。不论是业余爱好者或是工程师，这个社群的力量令人振奋，而Atmel处于其中心地位，对此感到非常荣幸，它提供的技术使得无论老少都可以将想象变成现实。”