



人云亦云 趋势

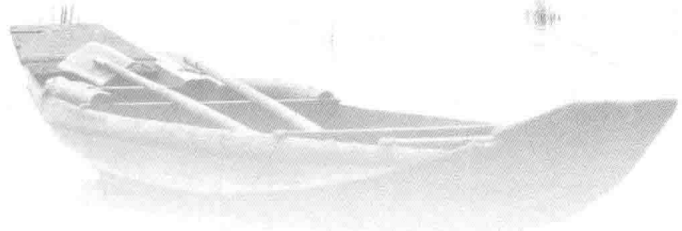
RENYUNYIYUN BIANQUSHI

辨

刘云厚 / 著

山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位



人云亦云 趋势

辨

RENYUNYIYUN BIANQUSHI

刘云厚 / 著

山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

人云亦云“辨”趋势/刘云厚著. —济南: 山东人民出版社, 2017. 3

ISBN 978-7-209-10413-5

I. ①人… II. ①刘… III. ①社会发展—趋势—研究—中国 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 025521 号

人云亦云“辨”趋势

刘云厚 著

主管部门 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 山东人民出版社

社 址 济南市胜利大街 39 号

邮 编 250001

电 话 总编室 (0531) 82098914

市场部 (0531) 82098027

网 址 <http://www.sd-book.com.cn>

印 装 青岛国彩印刷有限公司

经 销 新华书店

规 格 16 开 (169mm × 239mm)

印 张 24.25

字 数 320 千字

版 次 2017 年 3 月第 1 版

印 次 2017 年 3 月第 1 次

ISBN 978-7-209-10413-5

定 价 52.00 元

如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换。

自序

一直以来，我都喜欢关注社会发展的重大变化，也习惯于对变化可能形成的影响进行思考。只不过早期阶段，我的认识因为局限于：国之大势与人之间，是一种宏观与微观的关系。因而，也就不太觉得那些重大变化会对人有着太大影响。总是认为，作为社会中人，只要秉持一种自安心态，同样能够自然平和、顺风顺水，也一定会在与世无争的状态下，让自己幸福起来。应该说，顺其自然、道守为诚，是我在这一时期对于人生的基本看法。

然而，这种看法随着后期的见识而有所改变。因为生活的经历让我逐步感知：人之个体，即便再是修炼、再求平和，也终究摆脱不了周边环境愈加迷离的影响。我们身边每时每刻所发生的诸多事情，即便是简单的衣食住行，即便是从一种简单的社会现象所能折射出的伦理或爱情关系，即便是我们的价值体系里的那些不易察觉的保守与堕落……都会那么直接地关系到社会环境的变化。“变化”二字，似乎已在不知不觉中走进了广大民众，点点滴滴地渗透于我们的生活行为之中。

由此，就让我时不时地会产生这样一些感慨：面对如此广度之“变化”，我们还能顺其自然？还能以不变应万变？显然再无可能！处于现今社会，若是我们的脑筋古板到“对什么都见怪不怪”，那么，即便不会遭受到来自方方面面的打击，也一定会让我们的生活失去弹性，进而让生活空间变得越来越小。

基于这样一些感慨，2016年春节过后，我便开始了三个方面的工作：一是

对社会正在发生的变化进行研究、梳理，重点集中于那些新兴的变化，目的是为了看清它们的发展趋势到底是什么。二是根据自己的理解去挖掘这些变化的根源，以期能看清它们的本质影响到底有多大。三是从“顺其者昌”的角度来探求一些人生可能，以期谋求或是破解人生形态的密码。

可是，真要开展这些工作，并不是一件容易的事情。鉴于生活底蕴以及把持社会生态的局限性，我在准备乃至撰写的过程感受到了痛苦，也有过几次辍笔放弃的念头，好在困难的时候还是咬牙坚持下来，总归已过天命之年：拿起，并非冲动；放下，也不甘心。不过，评判社会以及人生，确实不是一个小课题，也难说能推理出“对与错”之区别。由此，我最终将写作作为了一种思考型学习，期间断断续续地历时8个多月，以纵览学者们的观点为己长，进而从内涵深处进行挖掘，尽力追寻现象背后的本质问题。应该说，仅此而已的执着，也算是一种精神吧。

当然，本书的写作，还是要感谢许多专家的观点。这或许有着借学之嫌。但是我想：经济可以跨界，知识跨界又何尝不可！基于大家认识而成就不同见解，何尝不是一种进步！所以，在感谢学者们的认识对于我的帮助之外，真的希望知识跨界能形成一种潮流，进而让社会文化无论多么混杂浊乱，都能通过争论乃至时间来沉淀出一种认识上的清明。

本书在分析层次上尽可能地兼顾社会各个层面，在分析视角上认真对待国家和社会组织的微观基础以及历史性的影响，由此构成二十三章之不同主题。每一章节之内容，则聚焦于一个趋势来分析。另外需要说明的是，我的分析逻辑近乎漫谈随笔，也可谓是：犁波耕海，起伏震荡皆凭心境。我只是寄期于能留下一些痕迹，能给人们带来一些启示，足矣。

刘云厚

2016年9月26日

目 录

自 序	001
第一章 网络时代的“时变”表现	001
一、移动互联网，能够消灭贫富差距	004
二、世上最贵的东西：以前是地段，现在是流量，未来是粉丝	007
三、互联网，会倒逼政府深化改革	011
四、从“跟随”变为“反超”美国，是我国互联网可以预期的最大可能	017
第二章 企业概念，趋向更加模糊	019
一、许多企业将“无工可打、无商可做”	019
二、自由职业正在大量兴起	021
三、人的个性被不断释放，兴趣正在成为谋生手段	024
四、未来，很难雇到优秀人才，除非进行合伙合作	027
第三章 能力优势决定未来	033
一、中国的变革，比以前越来越强劲，这让“能力优势”在国家层面得以展现	034
二、你获得的回报跟你创造的价值成正比，这让“能力优势”在个人层面得以展现	042
三、中国再无铁饭碗，公务员创业政策相继推出，这让“能力优势”在制度层面得以展现	047
第四章 实体经济，重在内“质”外“联”	050
一、在运作思维上：传统产业完全可以通过“互联网+”来实现弯道超车	051

二、在发展趋势上，中国正在变成一座互联工厂	056
三、在生产理念上，一定是在“按需分配”实现之前，先期实现“按需生产”	062

第五章 结构性变化，真正走向“以人为本”

一、在经营模式上，B2B、C2C、B2C 这些模式都将消失，唯有 C2F 将永恒存在	067
二、不是政府调节，而是市场主导，将成为一种经济驱动的新常态	069
三、一流的企业做标准，这句话定然有所改变	071

第六章 供给侧变革带来的变化

一、经销商将会逐步消失	081
二、大公司，裂变成大平台；小公司，聚变成大能量	083
三、公司可能会有，总将越来越少；服务与平台，将永恒存在	087

第七章 社会变革新的格局

一、只有社会主义才能救中国，一定会形成一种新的历史格局	094
二、政府职能终将改变，“以民为本”的执政理念不在于让人民都夸它，而 是仅仅知道背后有它	101
三、集大家之私，成社会之公，尊重人性成为最高指向	107
四、互联网迫使资本家只能共享生产资料，垄断之举再无可能	110

第八章 人的伦理行为愈加简单

一、人们的行为，正在由“关系驱动”向“利益驱动”转换	117
二、人类正在去感情化，只愿意相信数据、相信自我，变得越来越像机器	122
三、机器愈加智能，正在尝试走近人心，变得更加像人	124

第九章 人的素养成为生活能力

一、要懂得创造能力的储备与发挥，这将成为人的基本素养	132
二、要懂得创业，这将成为人的基本能力	136
三、要懂得在“希望与恐惧”之间寻找平衡，这将成为人的基本思维	138

第十章 人的生活观念，趋向更加现实	141
一、婚姻，不再是一个枷锁，而是一种责任	143
二、家庭关系越来越冷淡，家乡情结越来越浓重	146
三、需要钱时，不再是找亲戚朋友去借，而是要找平台来借	151
四、你的“信用”比“能力”更为值钱	153
第十一章 人的社会文明新形态	157
一、对于“文明”的认识	157
二、对于“物化”的认识	159
三、如何看待“物化”与“文明”之间的关系	160
四、当人人都在讲规则，道德自然就会兴起，文明自然就会提升	162
第十二章 人的自我，突破传统观念	165
一、有些人，正在由“伪君子”变成“真小人”	166
二、邻里关系愈加疏远，大有“鸡犬之声相闻，老死不相往来”之势	169
三、让有些人找回信仰的，可能是“利益”	172
第十三章 理论创新，基于新的价值追求	179
一、互联网经济学，将在中国诞生	180
二、中国的未来，早就写在了曾经的历史之中	183
三、我们的创新与改革理论，都能找到历史依据	186
第十四章 文化，基于变革而走向更大作为	189
一、《道德经》需要进行重新解读	190
二、现今最好的励志书籍，是《中国近代史》	193
三、只有在人文领域有所作为，才会让西方人真正低下高傲的头颅	199
第十五章 竞争性变化，走向更深层次	202
一、货币战争，已经升级为更为复杂的跨界战争	203
二、网络代有骚人出，各领风骚三五天	206

三、革完传统企业的命之后，互联网开始自我革命	209
第十六章 替代性创新，带来许多未知	219
一、微信即是如此，不过会“成于娱乐、死于娱乐”	220
二、社交媒体也是如此，但会“分久必合、合久必分”	224
三、“话语权”更是如此，必将会“先裂变再聚变”	228
第十七章 爱的方式不再传统	233
一、基于平等、独立的人性解放，“剩女”群体会越来越大	234
二、要找最佳恋人，光靠约会可能不行，还要靠计算	240
三、女人的角色，由“养育之责”变成“持家之首”	243
第十八章 竞争，不在自我，而是合作	246
一、商业的核心不再是竞争，而是如何更好地合作	247
二、只要有思想、有才能、会发现，每个人都会成为老板	251
三、要么融入生态圈，要么建立生态圈，是未来企业发展的基本方式	253
第十九章 政府，不再控制市场而是追赶市场	261
一、政府的深层次改革不仅已经启动，而且正在追赶市场的创新速度	261
二、中国金融体系正在逐步健全，朝着开放大国金融体系的现代框架迈进	264
三、中国经济晴雨表不再是房价，而是“结构”	270
四、政府跟企业抢夺人才，代表着中国的真正崛起	273
第二十章 思想解放走向更深层次	285
一、科学正在接近宗教，这到底是唯物还是唯心？让人比较纠结	286
二、凑热闹的人正在消散，而机会却刚刚来临	292
三、“百花齐放、百家争鸣”的景象将会再现	296
四、中国民主的真正困难是中国的人性和素养	302
五、各尽其才、各取所需，和而不同、方为大同	309

第二十一章 文化在改变，人的追求也在改变	314
一、中国传统文化就像弹簧，压得越深，弹力越大	315
二、“生命质量”取代“生存质量”成为第一追求	319
三、经济增速放缓之时，便是传统文化复兴之日	323
第二十二章 互联网，铸就“诸事无碍”的世界	334
一、基于“诸事无碍”的万物互联，应该是互联网的最高境界	335
二、事物之间不再是因果关系，而是必然关系	339
三、联系决定本质，成为未来发展的一大特征	342
四、“黑客”，可怕；反“黑客”能力，更为可怕	346
第二十三章 中国，在走一条前无古人的发展之路	350
一、国家统一，靠的是时间而不是军事	352
二、“一带一路”是中国撬动世界的杠杆	361
三、对于中国：自由、民主、平等、公正，一定不会遥远	365
结 语	376

第一章 网络时代的“时变”表现

导语：不为模糊不清的未来担忧，只为清清楚楚的现在努力。

处于今天的网络时代，如果有人说：阿里巴巴、淘宝、京东正在沦为传统企业！一定没有多少人会相信。且不说这些企业正如日中天，仅仅联想到我们国家“互联网+”战略也才刚刚起步，就会对此产生怀疑，根本不可能相信“一起步就变成传统企业”一说！

其实，这种认识已经过时，也跟不上当今时代的步伐。趋势，便是传统，正在成为当今社会的一种新的“认识标杆”，也正在颠覆我们的认识史观。

对于这种体现在认识论上的颠覆，主要来自于“速度”，并且不属于实践范畴，而是在思想领域以一种“开悟”的形式正在催化。对此，若是从事物的发展本质来看，趋势，应该是规律的萌动反应。实际上，现今的“萌动”，早已不是模模糊糊的“懵懂”，而是一种惊心动魄的“行动”。比如，现今社会，就是有这样一些人，常常把“偶然”当成“必然”，进而立时立办、以快相搏，结果却在许多为人不识的领域搞得风生水起。网络经济便是如此！

说起来，也就是最近几年，国内外的一些企业人士（而非学者）对企业未来的发展形态，得出了这样一个结论，那就是：未来的企业形态只有两种，要么是平台式公司，要么是创新型公司。应该说，我曾经对此有过疑虑！但是后来从自然与社会的发展角度想了想，也不得不认同这种观点。实际上，我们国家层面又何尝不是认同这种观点，否则也就不会有强力推进“互联网经济”与“大众创业、万众创新”的倡导了。

不难想象，基于这样一种战略认识与随之而来的政策支持，社会化的“从众”现象必然勃发而出。而在此情况下的那几个“领头羊”企业，由此还会高高在上、沾沾自喜？显然不太可能。“互联网+”对于它们是撬动市场的杠杆，对别人同样也是，只不过它们领先一步而已。特别是它们的这种依靠互联网而造就的“贫富差距”（尤其对实体经济而言）让许多人看到了机会，这自然会让许多新的投资者，甚至是完全不懂这一行业规则与标准的投资者强力投身进来。

可以说，现今的这种“趋势”已呈蔓延之势，而由此导致的结果会是什么呢？按照迈克尔·波特的观点：如果一个行业利润率“过高”，就会有其他人进入，最终使得利润率下降到“平均”水平。由此说来，这种蔓延之势，势必会让那些暂时领头的企业愈加感到危机四起，它们终究会回到“能否以比对手更低的成本和更快的速度来构建核心竞争力”上来，终究要回到传统概念意义上的企业竞争中来。所以说，阿里巴巴、淘宝、京东正在沦为传统企业，不是无凭无据、胡言乱语。这一趋势所形成的过程，时间一定很短、速度一定很快。

那么，当我们已经预感到这一令人错愕的变化后果，又该怎样认识与把握呢？我想，还是应该回归到经济学界的那句老话上来：“把自己看成是能力的组合而非简单的业务组合”。这不仅仅是企业的应对之策，更是企业的核心追求。

过去，对于企业乃至个人的“能力评价”，有着许多维度标准；现在，互联网正在改变一切。现今的我们，如果把“能力评价”放在互联网的思维范畴来考究，便会发现：跨界组合，似乎是最大的能力标准。而基于这样的能力标准，自然会让我们联想到：这是一种新型“价值观”，这种“价值观”一定不是人人都有，也一定不是通过简单的好高骛远就能实现，它一定有一个我们不太熟悉的“因果关系”。

其实，仔细研究一下那些引领互联网的霸主们的经历，便可知道造就他们价值观之“因”，绝非是一般人所能拥有的。他们：想事，思域很宽；定事，基于敏锐；干事，不怕失败；成事，也不固守。由此，造就了他们与众不同的行为方式，也造就了他们与众不同的事业形态。可惜的是，我们国家长期唯考试导向的教育体制，只是关注学生的考试成绩，而在道德、人格、感情培养等方面却长期缺位。这样的培养方式，只能让人的“价值观”趋向固化、趋向能够考试过关的“死记硬

背”，哪里还会产生基于创新的价值思维？更不可能培育出基于解放的人性思维！

就此，说来也是无奈。因为我们当中的许多人，往往认为：“会考试的人”，自然会上好的大学，也自然会在毕业以后谋得好的单位；而“不会考试的人”，自然上不了好的大学，也自然会在毕业之后谋得好的单位。特别是对于后者，即便是再聪明、再具备潜在能力，也终究会因为“考试大关过不去”而缺失后期培养的机会。其实，这就是现今中国人才划分的现实特点，也是长期以来导致我们国家“只有技术，少有科学”之本源。

那么，如何才能赢得“跨界组合”能力呢？记得国外的复杂学家有过这样一种观点：必须努力占领介于稳定和不稳定之间的“混沌”地带，在此领域，创新性与新颖性应该是最强的。还有一些学者认为，在现今世界，机会、危险和神奇的事物几乎都是从平面上、从企业之间的空档浮现出来，而不是从企业内部出现。只不过这种认识，对于我们大多数人来说，一定是即便想到也未必就敢尝试。因为：它蕴含着一种危险，这会让许多人望而却步。

实际上，这种观点完全符合事物认识的一般规律，正像古人所言：“近取诸身、远取诸象”。据此，处于当今时代的我们，一定要相信，在“世界是平的”背后，一定有太多合作机会存在，而对于这些机会与问题的关注，也一定会对事物的认识有着重大的改变。应该说，这是现今时代的发展特征，也是我们必须着重认识的重要趋势。谁认识到了这一点，并基于此而去有所作为，谁就会像互联网的霸主们那样，把“学历”变成“资历”、把“能力”变为“实力”、把“资源”变成“资本”、把“个人”变成“平台”，进而释放出个人的最大价值。

那么，这些需要我们认识的重要趋势都是什么呢？现今能够预期的应该有这样几个方面。

一、移动互联网，能够消灭贫富差距

就此，也许有人会说：这可能吗？消灭贫富差距是世界性问题，即便我们社会主义国家也要为此进行长期奋斗。况且有着市场的存在、有着能力的差别，就无法从根本上消灭贫富差距！而互联网仅仅有经济属性，怎么可能会解决如此难题！

这样的疑问看似很有道理，却忽视了一个前提条件，那就是：千百年来之所以会有贫富差距，就在于环境受到限制、人的能力受到限制。而移动互联网正在改变于此。对此，只要我们用心比较一下传统互联网与移动互联网的区别，就可以发现这种改变的“非传统性”。

需要告诉大家的是：有些人一直认为这是一个伪命题。持这种观点的人，认为根本不存在移动互联网这回事，它只是“移动终端大幅替代目前作为上网终端的PC”之结果，也只是针对移动终端的特点（便携、屏幕尺寸、输入方式、拍照、定位等功能）而衍生出的更为先进的应用或解决方案而已。但是在我看来，答案并非如此简单。

相对于传统互联网，移动互联网有这样两个主要特点：一个是“移动的便捷性”——它可以让用户随时随地接入互联网；另一个是“个性化服务”——通过手机号码或其他方式，便可辨识唯一用户，这便于为用户提供特有的个性化服务。而正是基于这样两个特点，会让移动互联网与传统互联网有所区别，并能由此产生很多颇有前景的新型业态。比如：

移动多媒体业务。移动互联网的移动性、便捷性的特点，可以帮助用户随时随地接入互联网获取信息，进而打发碎片时间。目前，中国移动的手机阅读、无线音乐、手机电视等业务，已经为用户带来了良好的多媒体体验。而随着未来网络性能的提升和终端功能的优化，移动多媒体业务必然会在更多领域满足用户需求。

个性化服务。在移动互联网上,除了通过传统的搜索引擎来查找信息,个性化的内容推荐也是重点发展方向。以移动的手机报业务为例,目前虽然可选内容较多,但还不能满足用户个性化定制的需求。在未来,通过对用户行为的分析或用户主动订阅的方式,可以更好地向用户推送个性化内容,并且这种交互方式更能增加用户的粘性和忠诚度。

蓬勃发展的社交业务。由于移动互联网能够随时随地进行沟通,这会使得各类社会性网络服务(SNS)具有先天优势。目前,随着终端、内容、网络等制约因素的不断解决,移动互联网的共享服务已经呈现出蓬勃发展的态势,用户可以通过移动终端上传自己的图片、视频以及微博、博客、空间等,还可以与好友共享、评论等。由此可见,在未来的互联网上,很多内容的产生将依赖于用户的生产与传播。由此,社交业务必将会在促进交互的同时,极大地丰富互联网的内容。

基于位置的移动业务。在移动互联网时代,通过精准的位置定位来为用户提供个性化的信息及社区化的服务,将会成为主要趋势。目前,基于位置服务开发的手机服务网站,可以使得用户不仅能够得到周边的商场、交通等一系列信息,还能够与附近的朋友、亲人甚至是陌生人连接起来。而在未来,这种基于位置服务的功能一定会更加强大、丰富。

移动支付业务。支付手段的电子化和移动化,现在已成不可避免的发展趋势。目前,用户可以通过手机支付业务在线购物、缴纳水电费、在pos机上刷卡消费等等。而在不久的将来,用户可用具有支付、认证功能的手机来乘坐公交车、开门、充当会员卡等,真正实现通过手机满足生活需求。

综上所述,即便“网还是那个网”,但由于终端会移动,会掌握在每个人的手里,会实实在在地影响人们的生活,这显然会为人们“无需投入的创业”“无需等待的服务”开辟新的空间。而这,若是能进一步地转化为商业机会、商业模式,不就是人人都可创业的契机与平台?不就是消减乃至消灭贫富差距的很好方式?显然应该如此,也可以实现。

对此,只要看看现今一些年轻人的作为,就值得我们不该怀疑并且应该赞叹。比如,他们想就业没机会、做买卖没本钱,加之自己一无靠山、二无人脉,居然能跳出经济困顿、机会缺乏、条件艰苦这“三座大山”,通过“微创业”“微创新”

“微服务”“微科研”等方式，来实现人生价值、追求生命存在。在他们身上所表现出的这些了不起的创举，就是顺应网络时代的创举，也是“非传统性”的创举。

也可以这么说，在现今社会“阶级形态”可谓越来越固化的大环境里，移动互联网相对于他们，无疑提供了一个公平竞争的平台。而基于这样一种可能再也不会出现的历史机遇，“主动参与”并“有所作为”，便是他们“没有条件也能干事”的人生写照！

由此想来：八十年代，靠倒卖；九十年代，靠股改；新的世纪，靠风投。还真的不是一句虚话。这种符合中国人发家致富的特征方式，即便投机意味比较浓厚，但也确实能体现出“敢闯，才能有天地”的特点来。

是的，现今的人们特别是年轻人，看似发展机会不多，实则拥有比上代人更为丰富的社群资源，而 web2.0 思维更是为当今人们提供了更低门槛的创造机会。所以，对于我们乃至整个社会来说，都不能小看那些对于经典元素的解构、效仿与拼贴，也不能忽视那些看似简单的产品结构，以及在平台上所出现的二次创造。试想，当诺基亚高层嘲讽第一代 iPhone 根本不经摔时，他们是否能够预见后来智能手机以及上面繁花似锦的 APP 会主宰现在的移动互联网吗？显然没有预见到，否则也就不会发生后来被人兼并的命运。

现今网络时代所发生的种种案例，实际上都在提醒我们：知识，不等于智慧，也不太容易转化为智慧；过去，不代表未来，也不太可能转化为未来。只有基于别人没有发现的创造，甚至是别人瞧不起的创造，才是缔造机遇的智慧体现。

其实，对于事情、事物乃至事业，我们是不是可以从这样一个角度来认识：当我们发现掉入一个自己都没有办法处理的世界时，一定要清楚自己现在去干什么，并且努力去做。我想，这应该是撬动人生命运的主要杠杆，也应该是改变命运的唯一道路。否则，悲剧不可避免，也难以令人同情。

说到这里，我确实感觉：在网络与人的关系上，因为“移动”而融合到了一起，不仅仅是“物理”状态，而是“生活”状态。正是基于这样一种特点，会给人们带来一个崭新的世界，进而也会让人的作用得到更多施展的机会。

实际上，互联网的本身，仅仅是一个物理形态，并不会给人带来任何保障。唯有人的需求、人的参与、人的运用，才能成就它的存在价值、成就它的发展活

力。况且，一个人要基于 web2.0 思维去创业，单纯依靠专业能力毕竟有着一定局限性，很大程度上则要取决于一个人的生活态度。而这些都不在一个人所学专业里，需要通过日常的学习、观察、体验，来懂得对人性的理解与尊重。只有这样，才能找到人的本质需求，也才能找到各种空档机会。而这，显然需要一种哲学思维。

是的，当我们已经知道：移动互联网，把每个人变成了一个网络终端，也把每个人都联系到了一起。就应该明白：联系，便是资源；资源，就是财富。而只要持有这样一种认识态度，发家致富的机会一定就在眼前。这当然就是消除贫富差距的时代机遇。

二、世上最贵的东西：

以前是地段，现在是流量，未来是粉丝

就此，我想借助古人“取类比象”的方式来加以论证。其实，我们对于事情的认识，并非一定要从基本原理来进行剖析，而是应该学学古人，在“取类比象”中去见识不同，这不仅会让人看懂、看通，而且还会化繁为简、化难为易，进而抓住实质，达到纲举目张的效果。

提起“地段”一说，便会让人想到香港实业巨人李嘉诚。因为他的那句“第一是地段、第二是地段、第三还是地段”的地产哲学，不仅让他自己实现华丽转身，进而一跃成为地产大亨，还炒热了国内诸多城市的土地资源，让不知其数的大小企业不惜重资进行圈占，最终让房地产经济成为我们国家的支柱产业。

呵，这种“一句话”之力量，确实骇世惊闻，也确实对于历史具有推动作用。只不过，房地产总归是人们生活的基本条件，不可能好了再好，更不可能多了再多。现今，我们国内房地产库存量，据说能够满足超过三十亿人口的居住，这一可怕的无度开发，还真是把“地段”这一贵重理念，变成了许多企业“吃进去而吐不出来”的噩梦。唉，成也如斯，败也如此，这便是引领者与追随者的根本区别。