



国内第一本全面阐述威客模式的图书！
中国风投第一人**熊晓鸽**倾情推荐！

威客

从精英创意到大众创意

刘川郁 陈晓华★主编



中国发展出版社

国内第一本全面阐述威客模式的图书!
中国风投第一人**熊晓鸽**倾情推荐!

威客力

从精英创意到大众创意

刘川郁 陈晓华★主编



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

威客力——从精英创意到大众创意/刘川郁, 陈晓华
主编. —北京: 中国发展出版社, 2010. 10

ISBN 978 - 7 - 80234 - 600 - 0

I. 威… II. ①刘… ②陈… III. 电子商务—商业
经营—通俗读物 IV. F713.36 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 203425 号

书 名: 威客力——从精英创意到大众创意

主 编: 刘川郁 陈晓华

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978 - 7 - 80234 - 600 - 0

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京科信印刷厂

开 本: 787 × 1092mm 1/16

印 张: 15.75

字 数: 240 千字

版 次: 2010 年 12 月第 1 版

印 次: 2010 年 12 月第 1 次印刷

印 数: 1—5000 册

定 价: 32.00 元

咨询电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮箱: fazhanreader@163.com

fazhan02@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

前言

威客力

——从精英创意到大众创意

我们所处的，是一个急剧变革且充满无限可能的时代！

君不见，互联网正式商用后，三千亿万富豪崛起于星夜间，八千万英雄纵横疆场，通过联通原子（现实）世界与比特（数字）世界的桥梁，成就宏图之大业。

互联网，成为人类通向未来的大门，也成为人们成就梦想的摇篮。

上个世纪末的最后一段日子里，流传着这样一句话：如果你错过了互联网，你就错过了这个时代。事实证明，这句话是有道理的，不信的话就看看今天的互联网英雄们吧，从杨致远、惠特曼、张朝阳、马云、丁磊到李彦宏、马化腾、扎克伯格、周鸿祎等，在那一串长长数字英雄名单上，我们看到的，是一个时代的背影，这个时代是属于互联网的。

今天，21 世纪的第一个十年已即将过去，关于互联网的奇迹仍然在继续酝酿和演绎着，但是，这个时代的主色也已经在悄然发生着改变，相信活跃在这个时代中心的您一定已经感觉到了，因为诸如“创意”、“创意产业”“创意经济”这些字眼是如此频繁的进入我们的视野。百度谷歌一下，与创意相关的网页已经超过了 1 亿个。如果您觉得这还不够的话，看看约翰·霍金斯在《创意经济》一书中的数据吧，创意经济现在每天创造 220 亿美元的产值，并以 5% 的速度递增，在一些国家增长得更快，美国为 14%，英国为 12%。2004 年，七大工业图中半数的工作人

口从事创意产业，而且它的增长速度比传统服务业快两倍，比制造业快4倍，这意味着，创意已经成为经济主流，全球创意时代已经来临！

在全球创意时代，创意、创意产业、创意经济将成为新的商业经济中心，创意资本超越金融资本、技术资本，成为最重要的生产力。在美国，“技术和资本（金融资本）主宰一切的时代已经过去，创意的时代已经来临”，已经成为硅谷的技术精英和华尔街的投资经理们共同的心声。做为近现代科技革命中心的硅谷，一直是商业科技的制高点，技术为其独一无二的优势，而华尔街，则是西方百年金融资本的中心，华盛顿因此才造就了一个个诸如微软、谷歌、高盛、摩根、花旗等财富增长的奇迹。技术和金融资本，一直是华盛顿的骄傲所在。但是，随着新世纪的逐步推进，华盛顿的骄傲优势逐渐减弱，因为财富增长再也不只是仅仅依靠技术和资本就能够快速实现，这一方面是由于硅谷和其它地方的科技中心培育了大批的技术人才，遍布全球，使技术不再是稀缺资源（新技术遭遇瓶颈）；另一方面则是华尔街的投资者们赚足了财富，使得金融资本趋于富足状态，投资经理们面临着更加艰难的资本增长之旅。因此才有当 Facebook 的一个创意引爆新的财富增长点时，扎克伯格能够大声地向 VC 说 NO 这种情况。

事实上，创意在人类的发展历程中，一直发挥着举足轻重的作用，人类的任何一个进步，其起点都是因为创意。但是，在近现代科技革命之前，受制于技术资本的制约，人们的许多创意都无法实现，因此技术资本在商业活动中一直占据着重要地位。科技革命以后，随着技术的飞跃，金融资本又占据着商业活动的中心，进入 21 世纪后，随着金融资本的日益富足，创意资本的地位才日益变得重要，并最终成为时代的主流。

但是，当创意资本成为时代的中心后，一个问题却横亘在投资者和企业家们的面前，那就是创意资源的稀缺性。一直以来，我们说创意便往往会想到叶茂中、陈放等人，从策划大师到企业中的顾问、策划人，创意似乎都打上了精英人士的符号。但是在全球创意时代，创意资本势必要如同技术资本时代和金融资本时代一样，变成社会上绝大多数人都可以生产和供应的资本资源，如此才能满足商业活动的需要，传统的创

意生产方式亟需改变。

因此，创意必须走下神坛，精英创意走向大众创意成为时代的必然要求，也是必然结果。其背后的推动力，除了社会的广泛存在的创意需求外，还有两个重要因素，一个是随着社会生产力的发展，教育的普及让绝大多数人素质都得到了提升，具备创意的生产能力；另一个重要因素则源于互联网信息技术的发展，以及在此基础上诞生的新的生产方式。正是这诸多因素的合力，使大众创意开始走上历史舞台的中央，并在商业经济中发挥出日益重要的作用。据初步统计，仅2009年，由大众创意创造的经济价值便达到千亿元，大众创意已然成为一种新的高效的生产力。

在这本书中，我们将要讨论的便是这种新生产力的形成成因，具体内容、以及它对企业、政府机构、以及整个社会的作用以及即将产生的重要影响。由于这一生产力缘起于威客模式，发展于威客网站，爆发于威客群体，因此我们将这一新的生产力定义为威客力。相信对于一种创造千亿价值的生产力或则说是生产要素，我们每个人特别是那些掌控全局、运筹帷幄的决策者绝对不会忽视。我们期待与在各位读者分享中，实现共同发展。

目 录

Contents

第 1 章 奇迹 / 1

联邦快递的丰碑

乔布斯与苹果

十年商业领袖

IT 猪八戒

第 2 章 颠覆 / 5

创意之力

下一个繁荣

技术向左，资本向右，创意向前

创意就是生产力

创意的时代已来临

创意就在民间

网络执政

你也是产品经理

最大的创意群体

第 3 章 新模式 / 21

不卖货物卖智慧

虚拟电子商务
定位
从悬赏说起
防毒面具
网络招标
IT 计件
传统模式 VS 威客模式

第 4 章 创意营销 / 64

威客营销
威客营销三个阶段
新媒体摇篮
威客营销与新媒体平台
整合
互动的奥义
高效是必须的
威客营销形式与应用
威客先行者

第 5 章 创意之星 / 99

自述必不可少
400 万人的力量
掀起全球工作革命
猪八戒新传

第 6 章 向创意要增长 / 114

玩转威客
做一个创意者

第7章 创意板上市 / 180

从 IPO 到 CPO

网络“创交所”

上市流程

从“中国制造”到“中国创造”

IPO 实践者

第8章 威客带来什么 / 197

老问题和新思路

建立自己的创意中心

动漫产业的威客拯救之路

第9章 创业者福音 / 210

创业者的苦恼

突破人才困境，做自己擅长的

2000 元 + 威客 = 120 万元

第10章 威客时代 / 222

毕业后我们干什么

“白骨精”的自由生活

来做威客吧

威客故事

后 记 见证威客力量 / 240

第1章

奇迹

纵观人类社会的发展史，我们会发现，人类进步的每一步几乎都伴随着人类的创意、创新和创造。当然，我们并不是人类学家，也是社会学家，所以，我们也无须去发掘人类漫长的进化史。但是，我们生活在这个特定的年代，我们有必要去看看这个时代那些因为创意而创造的奇迹，因为这将有助于我们更加深刻的理解我们所处的这个时代的内涵。

联邦快递的丰碑

关于创意的力量，我们并不陌生。40年前，美国人弗雷德·史密斯凭着一个想法——隔夜传递，被风险投资家看中，创办了“联邦快递”。如今，“联邦快递”已是全球最大的快递运输公司，为全球超过235个国家及地区提供快捷、可靠的快递服务，拥有员工14万，飞机677架，位列世界500强200位左右。



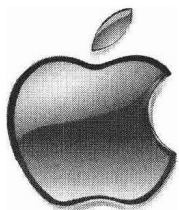
联邦快递在通往成功的道路上，走得并不顺畅，但联邦快递的创始人弗雷德·史密斯凭借着其过人的胆识和谋略，实现了从一个海军陆战

队退伍军人向一位跨国集团领导人的华丽转身。

万丈高楼平地起，任何事物都有一个开端，联邦快递的开端就是一个隔夜传递的创意想法，正是凭着这个想法，弗雷德·史密斯竖起了联邦快递的丰碑。

乔布斯与苹果

无疑，史蒂夫·乔布斯已经成为近 10 年世界商业史上最耀眼的商业明星之一，尽管其早在 30 多年前就已经蜚声全球，但真正属于乔布斯，属于苹果的时代却是在最近 10 年。



10 年时间，苹果市值从一个不足 200 亿美元的公司直接冲上了 2000 亿大关。2010 年 5 月底，继 iPad 上市仅 28 天，销量便突破 100 万台后，苹果再创奇迹，其市值一度达到 2200 亿美元，超过微软成为仅次于埃克森·美孚的美国第二大上市公司，终结了微软在 IT 行业 20 多年的霸主地位。

从谷歌辞职开办创新工厂的李开复追问：这到底是乔布斯的功劳，还是鲍威尔的过失？不过正如中国企业家网专栏作者金错刀撰文所说，拿乔布斯跟鲍威尔比并不公平，真正要追问的是：是盖茨所代表的左脑科技的过失，还是乔布斯代表的右脑科技的功劳？

所谓左脑科技，按资本分类来说，就是以工业革命为基础的技术资本，而右脑科技则代表了人类情感、智慧，也即是今天正逐渐风行的创意资本。于乔布斯和苹果来说，剥除企业家必备素质，或许我们可以从苹果的 Logo——一个被咬了一口的苹果窥见其些许成功的踪影。

从 1976 年苹果公司成立后推出的第一款个人 PC，到今天全球热销的 iPad，乔布斯的设计理念里处处流露出着技术和美学的完美融合。其以“酷”为核心的非主流创意设计理念在上个世纪曾让乔布斯等上了《时代》杂志的封面。但如我们所知，在个人 PC 刚刚发端，技术为核心市场竞争力时，乔布斯和苹果只是表面被好看，大多数时候却过得很惨。但

是以关注个人情感需求的非主流理念被乔布斯应用在了市场已经相对成熟的电影领域，《玩具总动员》的成功使乔布斯获得了回归苹果的机会。但是，即使到2002年，苹果的个人电脑仍然处于人们的怀疑中，到底苹果电脑能不能独立生存？

显然，这个世界变化得很快，快得远远超出了人们的预料。人类进入21世纪后，工业科技遭遇瓶颈，追求个性、关照内心召唤的70后，80后成为社会的主流群体，乔布斯的“酷”理念终于迎来了属于它的时代。从iPod到iPhone再到iPad，乔布斯在创意理念得到了淋漓尽致的展现。苹果之胜，胜在全球创意时代下人们对于创意产品、创意生活的需求，乔布斯为此准备了差不多30年。

十年商业领袖

相比世界舞台上的乔布斯，在中国近十年的商业舞台上，阿里巴巴集团董事局主席马云可以说是最耀眼的明星之一，凭借着其开创的天下第一商帮“网商”，马云荣誉光环满身，其在2000年便被“世界经济论坛”评为100位“未来领袖”之一，之后又登上美国权威杂志《时代》、《福布斯》、《商业周刊》，日本权威财经杂志《日经》封面。2009年，马云被CCTV评选为十大“十年商业领袖”之一。

在中国的互联网企业家中，马云和陈天桥被互联网观察家程苓峰归为天生领袖的王者，因为他们都是凭着“一己之力”开创了一个行业。马云让人们可以通过互联网做生意，而陈天桥则让人们将线下娱乐生活搬到了线上。他们也都取得了非凡的成绩，马云的阿里巴巴集团现已成为比肩雅虎、亚马逊、e-Bay等的五大商业流派之一，陈天桥则正在向他的“网上迪斯尼”迈进。

前面提到，互联网是创意产业的先行者和前一阶段的集大成者，马云建立起来的6000万网商帝国，其起点仍然是源于一个创意。1995年，马云因公出差美国，在朋友的介绍下，他接触到了早期的互联网，通过互联网做生意的想法由此萌芽。归国后不久，他便创办了中国黄页，中

国黄页在初期选得了较大的发展，但在强势竞争对手的压力下，马云套现走人。2年后，马云卷土重来，带领十八罗汉，开启了中国互联网的电子商务时代。

IT 猪八戒

相比联邦快递、苹果、阿里巴巴等蜚声海内外的巨头，猪八戒网似乎显得过于微弱，但是在全球创意时代，这个因创意交易而诞生，目前已经发展成为威客行业里的“淘宝网”，其开启的未来之门，或许将不逊色于马云所描绘的新商业文明世界，再造一个创意奇迹，甚至成为推动“中国制造”向“中国创造”转变的关键力量。之所以这么说，是因为猪八戒网掌握着全球创意时代的最核心的资源——创意人才，从这一层意义来说，它已经站在了创意产业的最上游。

据不完全统计，截止2010年9月，猪八戒网注册威客已经超过400万人，并且保持着每天上万人的增长速度，累计交易额超过1.5亿元。200多万创意人才通过互联网将自己的知识、创意、技能、经验转化为真金白银的收入，服务过上百万家的企业和个人，依托其相对成熟的创意交易机制，猪八戒网已经成为创意人才的蓄水库，必将在全球创意时代爆发出惊人的能量。

关于创意创造的奇迹，数不胜数，某种意义上，创意已经成为我们这个时代的特征，那么这是从哪些方面体现的呢？

第2章

颠覆

创意之力

什么叫创意，百科解释为：创意是传统的叛逆；是打破常规的哲学；是大智大勇的同义；是导引递进升华的圣圈；是一种智能拓展；是一种文化底蕴；是一种闪光的震撼；是破旧立新的创造与毁灭的循环；是宏观微照的定势，是点题造势的把握；是跳出庐山之外的思路，超越自我，超越常规的导引；是智能产业神奇组合的经济魔方；是思想库、智囊团的能量释放；是深度情感与理性的思考与实践；是思维碰撞、智慧对接；是创造性的系统工程；是投资未来、创造未来的过程。

所谓“创意”，从其字面意思理解，就是具有创造性的好主意。“创意”作为一个概念是静止的，但它的产生却又是一个运动的过程。从无到有的创新思维的产生过程，就是动态的“创意”。“创意”一词最早出现在我国东汉王充的《论衡·超奇》中：“及其立义创意，褒贬赏诛，不复因史记者，眇思自发于胸中也。”指的就是文章中的新见解，相当于立意，构思。

作为打破常规的创造性思维，创意的产生主要源于灵感，所以创意本质上是一种思维能力。但并非所有的思维都是创意，以常识为代表的理性思维就不属于创意的范畴。如果说只有理性思维是一种墨守成规，那么创意的诞生就是一种需要天马行空的感性生产。

创意的概念古已有之，然而创意经济的概念却是由英国经济学家约翰·霍金斯在 20 世纪 90 年代率先提出来的。1997 年 5 月，时任英国首相的布莱尔为振兴英国经济，采纳了约翰·霍金斯的建议，提议并推动成立了创意经济特别工作小组。从此，以英国为先导的世界各国政府都致力于发展可带有大规模经济效益的创意经济。

在了解了创意的来龙去脉之后，我们再来看看创意与创新、创造的异同。很多人都弄不清楚这三者的区别，因为它们在大体上都能给人推陈出新的印象。虽然三者意思相近，但还是有所不同。创意主要是在思维上寻找突破口，就是改变、革新。我们往往用“创新”来形容以制度、政策、规则为主的意识形态领域的破旧立新，其侧重的是观念上的更新。而创造的意思就是发明，发明创造的过程却不是无中生有的，这是创造与创意、创新二者最大的区别。创意和创新都可以无中生有，伟大如爱迪生的发明家也不能凭空创造一个事物，只能改变物质的固有具体形态。从某种意义上来说，创意是创新和创造的前提和基础。创意的涵盖面最广，创新主要强调在实际操作和应用层面，创造则更强调结果。

创意在企业的经营管理过程中，发挥着超乎寻常的作用。很多人都知道福特的 T 型车创造了现代工业史上的奇迹，却未必过多关注到 T 型车的悲惨结局。到了 1920 年代中期，由于产量激增，美国汽车市场基本形成了买方市场，简陋而千篇一律的 T 型车虽然价廉，但已经不能满足消费者的需求。竞争对手通用汽车公司在汽车的舒适化、个性化和多样化等方面大做文章，以产品的特色化来对抗廉价的福特汽车，推出了新式样和颜色的雪佛兰汽车，严重冲击了福特 T 型车的市场份额。面对市场的急剧变化，福特仍不相信还有比单一品种、大批量、精密分工、流水线生产更加经济、更加有效率的生产方式，他甚至都不愿意生产黑色以外的其他颜色的汽车。他宣称：“无论你需要什么颜色的汽车，我福特只有黑色的”。然而到了 1927 年，亨利·福特也不得不承认其失败，T 型车最终停止了生产。

下一个繁荣

“资本和技术主宰一切的时代已经过去，创意的时代已经来临”，这是今天美国从硅谷到华尔街的流行语；日本人喊出了“独创力关系到国家兴亡”的口号；韩国人则打出“资源有限，创意无限”的标语；台湾地区的“行政院”、香港特区政府及新加坡政府，均把“下一个繁荣”寄托于创意产业的发展，争做亚洲和华语世界“创意之都”。

蝉联20余年的世界首富比尔·盖茨曾说：“创意具有裂变效应，一盎司创意能够带来无以数计的商业利益、商业奇迹”。曾经成功拯救克莱斯勒汽车公司而名噪一时的著名企业家亚柯卡甚至提出“无创意，毋宁死”的格言。

所有的迹象都预示着，我们已经走入了全球创意时代！创意人才、创意资本、创意产业、创意经济已成为全球企业竞争力的核心与本质。创意，成为新时代经济发展的最为根本的内在驱动力。

因此，我们也可以说，无论是一个国家、企业还是个人，想要在社会竞争取得胜利与长足发展，必须清醒地认识到这场社会形势的快速发展和深刻变革，及时、准确、深入地把握创意时代的基本特征，才能顺应潮流，掌控未来，从而在激烈的市场竞争中立于不败之地。

技术向左，资本向右，创意向前

2010年5月20日，美国私立研究所克莱格·凡特研究所的研究人员向世界宣布，他们已首次创造了一个完全由人造基因指令控制的人造细胞。

这是一个会牵扯到很多层面的问题，但至少在科学技术上表明，人类的科技水平已经达到了前所未有的地步。从宇宙飞船到人造生命、科技革命，200年工业化进程改写了整个人类历史进程。

但是，尽管人类在高端科技领域达到了前无古有的地步，但是在与

人类具体生活息息相关的领域，技术却遭遇到了天花板，即使在技术天才比尔·盖茨创办的微软也不例外。众所周知，微软继 Windows XP 系统后，其技术已是后继乏力，Vista 系统形如鸡肋，Win7 虽表现不错，但并无甚令人耳目一新之处，在长达五六年的时间，微软的技术并没有转化为想象中的财富。这家曾经以技术著称的企业，不仅缔造了世界首富比尔·盖茨，也缔造微软 IT 行业 20 多年的霸主地位。不过随着微软技术遭遇瓶颈，苹果创意迅速崛起，终于在 2010 年 6 月超过微软，成为 IT 新贵。

在技术遭遇瓶颈的同时，资本（金融资本）也面临着相当程度的压力。显然，似上个世纪那样遍地的商业机会，随便一笔启动资本就可以成就一番宏图伟业的时代已经过去。在过去的 10 多年，传统领域的投资机会越来越少，大多数的金融资本进入到互联网等新兴行业。这个以创意和创新为核心的全新行业让部分投资者赚足了腰包，这其中最为著名的可以算互联网投资皇帝孙正义和他创办的软银集团。不过，互联网经过了 10 多年的发展，目前也面临了发展的瓶颈。伴随着投资机会的迅速减少，资金的增值压力让投资经理们对创意的渴求变得越来越强烈，因为只有建立在好创意基础上的项目才能实现财富的迅速增值，才能满足投资人对于财富高速增长的要求。

作为近现代科技革命中心的硅谷，一直是商业科技的制高点，技术为其独一无二的优势；华尔街，则是世界的金融中心，金融资本在这里发酵，然后延伸到世界的每一个角落。在美国，当来自华尔街的金融资本与硅谷的技术合流时，便诞生了一个个诸如微软、谷歌、Facebook 等财富增长的奇迹。

技术和金融资本，一直是华盛顿的骄傲所在。但是，显然，当全球进入创意时代，创意资本成为最重要的资本力量后，华盛顿的骄傲将逐渐减弱。