

数字经济·网络时代经典译丛



梦想社会

第**五**种社会形态

〔丹麦〕罗尔夫·詹森 著
王茵茵 译

ROLF JENSEN

THE DREAM SOCIETY

How the Coming Shift from Information to
Imagination Will Transform Your Business

 东北财经大学出版社
 McGraw-Hill 出版公司

数字经济·网络世代经典译丛

5x11

梦想社会

第五种社会形态

(丹麦)罗尔夫·詹森

王茵茵

著

译

东北财经大学出版社

McGraw-Hill 出版公司

图书在版编目(CIP)数据

梦想社会:第五种社会形态/(丹麦)詹森(Jensen, R.)著;王茵茵译.——大连:东北财经大学出版社,1999.9

(数字经济·网络世代经典译丛)

书名原文:The Dream Society

ISBN 7-81044-604-5

I. 梦… II. ①詹… ②王… III. 社会发展-预测 IV. K02

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 32675 号

辽宁省版权局著作权合同登记号:图字 06-1999-175 号

Rolf Jensen: The Dream Society

Copyright © 1999 by McGraw-Hill, Inc. Original ISBN 0-07-032967-2

Simplified Chinese Translation Copyright © 1999 by McGraw-Hill Book Co. and Dongbei University of Finance & Economics Press

This edition is published jointly by McGraw-Hill Book Co. and Dongbei University of Finance & Economics Press, for sale in P. R. China only.

All Rights Reserved.

本书简体中文翻译版由 McGraw-Hill 出版公司和东北财经大学出版社合作出版,仅限中国境内销售。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

版权所有,侵权必究。

东北财经大学出版社
McGraw-Hill 出版公司 合作出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: reader@dufep.com.cn

大连理工大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32

印张: 7.5

插页: 2

1999 年 9 月第 1 版

1999 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 高 鹏

责任校对: 孙晓梅

封面设计: 张智波

版式设计: 王 莉

定价: 18.00 元

前言

信息时代的太阳已经日薄西山——虽然如今的公司和个人尚未完全适应时代要求。人类的发展历经渔猎文明、农业文明和工业文明，而今，我们生活在以计算机为标志的信息时代。随之我们将面临第五种社会形态：梦想社会。

本书为你描绘了从信息社会转变到梦想社会的成功蓝图，并指出工作场所、市场环境以及休闲娱乐等方面将发生的变化。本书谨献给每一位有志从商的人——每一个希望了解未来市场走向的人；当市场、消费者和员工们都跃入梦想社会时，每一个不想独自滞留在信息社会的人。这本书适合每一位心系未来、憧憬 21 世纪生活的人阅读。

信息时代的严格法则还能持续多久？公司管理者对纯粹的技术性和理性思维还要苛守多长时间？这些问题

实际上已经有了答案。

答案就是,此时此刻梦想社会已经浮出水面——未来的面貌在今天得以窥见一斑。此刻正是抉择时机——趁大多数消费者购买产品仍然出于物质原因而不是出于情感原因。未来产品必须打动我们的心灵,而不是说服我们的头脑。当实现这一点时,富裕国家现有的社会模型将告别信息社会而跃入梦想社会。当前正是为产品和服务赋予情感价值的大好时机。本书有助于你理解未来的公司 and 市场,是你不可多得的向导。

本书第1章介绍了梦想社会的逻辑。公司如果不采用这种新型逻辑就会坐失即将出现的巨大市场增长机会。事实上,梦想社会已经像冰山一样悄然来临,虽沉着徐缓,却势不可挡。如果不顺势而为,恐怕要被冰山碾平。第2章探讨了市场轮廓、讲述故事以及六种已经初具雏形的情感市场,提出了一种有助于启发战略性思维的全新逻辑,并佐以丰富生动的事例,希望读来如饮甘泉。第3章论述的是公司及其员工——未来的公司,其使命、远景和战略。公司被看做一个部落,充满形形色色的仪式,有自己的传奇逸闻。第4章涉及消费者和公司员工的家居休闲时光。在这一部分,我们想像未来的人们怎样打发休闲时光,并探讨工作和业余时间的关系。第5章放眼全球,探讨了发达国家之间的关系、逐渐成型的全球中产阶级以及发展中国家的情况,还描述了占10亿多人口的富裕消费者以及另外40亿暂时处于落后水平的人们。

我的故乡是丹麦——卡伦·布列克森(Karen Blixen,

丹麦著名女作家,1885—1962。译者注)和汉斯·克里斯蒂·安徒生的故乡。本书的中心内容是怎样使“故事”走出书本,延伸到产品世界中去。

罗尔夫·詹森

致 谢

本书中所包含的思想是在哥本哈根未来研究院(CIFS)的15年工作中形成的。手稿完成于我在哥本哈根繁忙的办公室,而不是在与世隔绝的山区别墅。因此,本书的问世要归功于同事们所给予我的创意与灵感。许多人都启发了我的思路,他们是:Carsten Beck, Anders Bjerre, Niels Bottger-Rasmussen, Marie-Therese Hoppe, Jesper Bo Jensen, Soren Jensen, Tine Jensen, Liselotte Lyngso, Niels Birkemose Moller, Axel Olesen, Soren Steen Olsen, Johan Peter Paludan, Uffe Paludan, Finn Ole Ramstad, Erica Skafdrup 和 Steen Svendsen.。

CIFS的实习生也帮我做了大量编辑、搜集数字和事例工作,没有他们的帮助我不可能如期完成这本书,在此深表谢意。他们是:Signe Aggerbeck, Lene G. Andersen, Troels Theill Eriksen, Jan Jensen, Anders Norgaard, Lotte

Aa. Ostergaard, Mette Peetz-Schou 和 Elise Seck Porning。

CIFS 秘书处的全体成员也帮助我订正文稿,还在我感到焦虑不安时为我鼓劲。他们是:Peter Andersen, Elna Hansen, Jette Lauritsen, Hanne Lindahl 以及 Ellen Mauri。

写作服务代理 Martha Jewett (网址是 [www. martha-jewett](http://www.martha-jewett))写信给我,建议我把自己在《未来人》上发表的一篇文章扩展成一本书,这真是一个绝妙的主意。之后 Martha 又为我提供了不可缺少的帮助和可爱的建议。在此表示衷心的感谢。

CIFS 的下属公司有机会参与这个项目的展开,这些公司的许多主管人员和员工都对本书提出了宝贵意见和建议。而且,在他们和 Martha Jewett 的共同努力下,本书没有流于一篇“学究式”的论文。

Mark Hebsgaard 把这本书翻译成英文,我们的合作真诚而宝贵。6 个月如一日地书写草稿还能保持最初的提纲可真不是一件容易事。编辑 Mary Glenn 使这一点成为可能,她提出了无数宝贵的建议,其措辞就好像是我自己的口吻一样。

目录

前言 致谢

1	未来主义与梦想社会的实现·····	1
	一次穿越人类历史的冲刺·····	6
	时间是什么? ·····	18
	把未来看做障碍等于朝错误 的方向前进 ·····	23
	忘记所谓的“战略” ·····	26
	产品退居其次 ·····	31
	机器会带动我们——在情感上， 而不是在肉体上 ·····	34
	21 世纪大获全胜的公司 ·····	35
	21 世纪最重要的原料 ·····	39
	通过行善增进业绩 ·····	42
	没有硝烟的战争 ·····	43
	其他可能性 ·····	45
	梦想社会之后 ·····	46

目录

2	故事和故事讲述者的市场	50
	出售冒险经历的市场：小—	
	中—大—超大	52
	亲和力、友谊和爱的市场	63
	关怀的市场	75
	“我是谁”市场	86
	醇和心境的市场	96
	信念的市场	107
3	从苦不堪言到乐趣十足——	
	从公司到部落	114
	从繁重的工作到乐趣十足	116
	公司就是一个部落	133
	如何在部落中出人头地——把	
	趣味十足作为你的工作概念 ...	
	145	
	未来的头衔	146
	趣味十足真的管用吗？	148

目录

4	爱意融融的家庭“公司”和 新型休闲时光·····	149
	爱意融融的家庭“公司”·····	150
	家庭企业·····	154
	家与爱同在·····	161
	新型休闲时光·····	169
	建立家庭团队·····	175
	梦想社会的闲暇时光·····	177
	CIFS 圆桌 ·····	182
	情感漫步·····	184
	自助政治·····	186
5	全球商业故事·····	189
	概述·····	190
	为全球商业环境布置舞台·····	194
	我们父辈的辛苦劳作·····	198
	梦想社会候选人·····	201
	中产阶级国际化·····	204
	从小村庄到超级大城市·····	206

目录

掌握全球市场！	209
没有士兵的战争？	213
我们想推迟梦想社会吗？	216
全球商业	219

1

未来主义与梦想社会的实现

梦想社会的主意诞生于一个清冷的秋日上午。那天,我们和两个主要客户——一家电信公司和一家大银行碰头。客户聆听了我们关于未来5~10年之内市场和商业环境将如何变迁的陈述:他们应该做什么准备?他们面临的市场将有哪些发展?陈述过后,一个客户问道:“信息社会之后是什么?”

这个问题来得猝不及防,尽管我们也摸不着头脑,却言不由衷地告诉他们:不必担心,信息时代来日方长,目前当务之急就是采用新技术——也就是我们刚刚陈述过的。不过,我们答应一旦想出答案就打电话通知他们。后来我们果真打了电话,因为我们找到了答案。而这答案就是本书所要阐述的主旨所在。

即将来临的是“梦想社会”。它是一种新型社会,其中的企业、社团和个人都凭借自己的故事扬名立业,而不再仅仅依靠数据和信息。梦想社会并不遥远,世界上许多企业已经呈现出它的迹象。本书将向你展示梦想社会是什么,它到来的原因,它将意味着什么

以及怎样在梦想社会中繁荣发达起来。

被问及“信息社会之后是什么”是我们遇到的最美妙的事情。优秀的创意往往来自压力和挑战。这个问题使我们倍感压力,面临极大的挑战。它合乎逻辑,需要答案,是我们被问过的最好的问题。

以下是我们未来主义者所做的几个基本假设,这些假设将有助于你从今天开始把梦想社会的逻辑应用于自己的企业。

1. 未来天天都在向你逼近。过去以闪电般的速度消逝,而未来正风驰电掣般向我们驶来。可以说未来正逐渐逼近——它几乎成为我们现实生活的一部分。我们应该赶在竞争前头(来临之前)设想一下行动步骤。

2. 信息社会余日无多。我们观察了不同类型的社会,发现从一种社会形态到另一种社会形态的转变日益加速。农业社会起源于 10 000 年前,工业社会始自一二百年前,而信息社会 20 年前刚刚兴起。谁知道信息社会的逻辑和经济规律还能管用多长时间,就将被出现的新兴事物取而代之。目前,大部分劳动者都在从事知识加工,我们已处于信息经济的中期阶段。这种局面还能持续多久? 答案就是:不久,我们就可能亲眼目睹一种崭新社会形态的诞生,一种对企业来说全新的经济基础的诞生。

3. 凡是能够被自动化的都将被自动化。自动化的普及使信息社会日益凋敝,因为它废除了自己创造出来的工作。信息社会的内在逻辑没有改变:以机器代替人力,让机器工作。这反映在电子产业的三次浪潮中:第一次浪潮是硬件的诞生;第二次是软件的普及(即我们现在所处阶段);第三次浪潮将涉及到内容的革新:产品本身能产生利润,而不必借助于把产

品传播给消费者的工具和手段。

接下来是一个如何在当前应用梦想社会逻辑的例子。

在丹麦,市场上 50% 的鸡蛋都由放养鸡所产。消费者不喜欢让鸡呆在狭小的笼子里,而希望它们能自由接触到天空和大地。消费者需要的是一种“回归产品”;他们希望鸡蛋用我们祖父时代的技术和方法——古老办法——生产出来。这意味着鸡蛋将越来越贵——更加劳动密集型,而消费者情愿为鸡蛋背后的故事多付价格的 15% ~ 20%。他们宁可多掏腰包也要得到有关动物伦理主义、田园风情和美好往昔的故事。我们把这叫做经典的梦想社会逻辑。尽管两种鸡蛋质量相仿,但消费者更加青睐有动人故事的鸡蛋。

到底发生了什么事情?几个世纪以来,鸡蛋一直是人类饮食中的传统佳品。然而现在,鸡蛋被赋予了一个故事。这种因素并不能反映出质量差别,因而是非理性的,但是,事实证明消费者乐意为此多付 15% ~ 20% 的价格,这又说明这种因素非常有利可图。我们一致认为这其中预示着一个非常重要的新趋势。在今后的 5 ~ 10 年中,各地都将采用这种产蛋方式。市面上笼养鸡所产的蛋将越来越少;笼养鸡这种方法可能被取消。关于动物利益和田园浪漫主义的新故事将渐领风骚。鸡蛋市场开辟出一个全新的领域,而不再是以尽可能低的成本大规模生产标准化产品。

从小小的鸡蛋中,我们发现了通向未来的轨迹。它是不是包含了未来企业的决胜之道以及向消费者兜售产品和服务的关键因素呢?在争论过这个问题、又另外举出 50 个例子之后,我们得出了明确的结论:故事和传说必须直接打动人的心灵,而不是说服人的头脑——以此为基础我们建立起整个理论体系。这是一个以科学和理性、分析以及实用主义为社会标志的时代,是符号分析员拥

有最高社会地位的时代——又恰恰是情感、传奇故事和叙事方式以及价值观回归的时代。梦想社会这个词就说明了自身的含义。梦想市场即将超越以信息为基础的现实市场；情感市场即将取代有形产品的市场。

起初，我们认为梦想社会将是下一代人所面临的挑战，大约在2025年初见曙光，那么目前的大多数企业都鞭长莫及。不过我们很快就改变了这种想法。我们向客户介绍梦想社会时，就意识到梦想社会已经露出苗头。客户的想法与我们不谋而合：“你刚才恰恰提供了一副框架，描述了我们已经在做的事，现在我明白了我们为什么要这样做，而且做的对。”

然而，大多数企业还沉浸在信息社会的现实中，侧重于电子、自动化技术和知识加工。所以，在许多意义上，现代公司同时在两种社会中运作：

信息社会。90年代信息社会的发展如日中天，而当21世纪伊始之际，信息社会已经日过三竿，或者说夕阳西下。在那以前，它还是商业环境的中心部分。

梦想社会。梦想社会的太阳已经升起，但刚刚露出曙光。它将以蒸蒸日上的热力笼罩住市场。它不断将其战略和远见卓识渗透到市场各个角落，直到最终成为主流。到那时，我们赖以生存的社会就成为梦想社会。

因而，现代公司正面临双重挑战。在同一市场上，两次变革不谋而合。一次变革正消减它自身的重要意义，而另一次则增加其重要性。这也正是工业化时代演进到信息时代的过程。这种演变不易察觉，像冰河一样悄无声息却又威力无穷。重大的社会变革不会发生于一夜之间，无论从技术上还是从思想上来说，两种社会都将共存一段时间。

我们开始反思自己的日常生活。在激烈的辩论中,我们可能指责对方的推理太情绪化。这样往往奏效。不过,考虑到观点和价值观的重要性时,我们意识到总是把自己局限于客观、易于衡量的物质性并不合理。相反,我们尝试道:“你的推理过程过于注重事实。”对话的性质发生了变化;现在允许发表不同的观点和价值观。这就出现了另一个问题:我们购买商品是出于理智思考还是心灵感受?实际上,这个问题向消费者提出过。当我们向决策者——信息时代的主人翁——提出这个问题时,回答是普通消费者购物是根据自己的头脑判断。而就是这些普通消费者的回答则恰恰相反:我们根据自己的内心感受购买商品。

营销专家会告诉你,消费者购买行为其实是发自内心的感受,只不过过后给自己找理性的借口罢了。比如,我们购买了昂贵的名牌产品,然后想:“这个可以洗很多次。”我们错误地把理性加到购买行为中去。像理智、合理和客观这样的词是我们行为模式中的基石。让我们把人做一下分类:甲是理性、善于计划的人,而乙是情绪化、购买故事的人。当前世纪否定和压制乙种人——在注重技术开发,拥有科学奇迹,在医疗保健、经济增长、汽车、飞机、广播、电视、电脑、航天乃至微波炉等方面都取得长足进展的社会中,这当然不足为奇。而今,随着物质世界逐渐销蚀,乙种人卷土重来,活跃在各个领域:在商店里、在互联网上、在公司中、在政坛上、在经济领域甚至在科技领域。

本书收集了来自当代公司的经营实例,这些实例反映出从新产品和新市场中吸取的教训和做出的有关决策。这种新型市场将产品和故事有机地结合在一起。不过本书讲的是未来,而未来究竟是什么样很难证实。此外,如果我们对未来的一切都了如指掌,经营企业就不那么扣人心弦了。因此我们尽量通过实例、理论以