

读书



读书好似爬山,爬得越高,望得越远;读书好似耕耘,汗水流得多,收获更丰满。

——臧克家

书籍是朋友,虽然没有热情,但非常忠实。

——雨果

分享经济正渗透到社会各个角落

□黄程一

在作者看来,分享经济和传统的经济最为重要的区别就是信任,不仅是对机构的信任,还有对品牌的信任。因此有效率的监管应该是着眼于分享经济的信任机制——即依赖于数字创建的社群信任,而不是比照传统经济形态。

分享经济有五个特征:1.高度以市场为基础,商品得到充分交换,新的服务层出不穷,经济更具活力。2.资本高效利用,从各种设施、技能到时间、金钱,它们的价值都得到最大利用。3.具有群体网络结构,而非中心化或层级化结构,资本和劳动力来自去中心化的人群个体,而不是来自公司或国家组织;商品交易的预期取决于群体分散的市场行为,而不是中心化的第三方组织。4.个人行为与专业行为界限模糊,劳动和服务的供应商经常将点对点的行为商业化和规模化,比如搭车、借钱等,而这些行为往往被认为是“个人行为”。5.全职与兼职、正式工与临时工、工作与休闲的界限模糊,许多传统全职工作被合同工替代,这些合同工同样保证工作时间和单位工作量,同样具有经济支持和企业管理。

分享经济可能为工作带来两个截然不同的未来:一个是使企业家变得更强大,另一个是使缺少社会保障的自由职业者更有力量。我们必须主动进入这个激动人心而又不确定的未来,努力准备应对复杂的社会问题,包括工作的重新分类、社会保障体系的筹资、新所有权结构的创建等……这本书给了读者一个拥有新视角的思维框架。

中国互联网企业成长的缩影

□俞舟

难。这就如同没有一个摄影师、画家或记者,可以准确地描述乃至定格一座正在喷发中的火山。因此他的创作一再陷入停滞,到创作后期,他放弃了“宏大叙事”和“原理架构”,把更多的精力专注于细节的挖掘和铺陈。

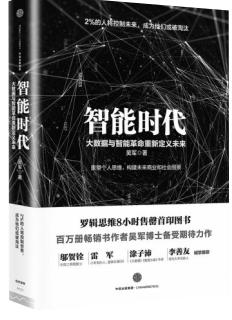
这些细节里,最吸引我的,是微信“传奇”:从2011年1月21日微信上线,到2012年8月23日,微信公众平台上线,到2014年1月24日的“抢红包”引爆,到2015年6月,活跃账户数达到6亿,以WeChat为名的海外版在全球200多个国家拥有超过1亿用户,在越南、印度尼西亚等东南亚国家是排名前三的社交应用软件。受微信红利刺激,腾讯股价在过去5年里增加近5倍,2016年9月,腾讯市值突破2万亿港元,跻身全球前十,成为亚洲市值最高的公司……完全为手机而生的微信,替腾讯在移动互联网时代抢下了一个无可替代的入口,它的光芒掩盖了互联网领域里的其他一切创新。

在商业模式上,中国的互联网成长史被很多人看成是对硅谷模式的追随,但是,几乎所有成功的企业在日后找到了完全不同于原版的生存和盈利模式。本书以众多的细节对这一事实进行了解读。中国的互联网人在应用性迭代和对本国消费者的行为了解上,找到了自己的办法。到2015年前后,中国互联网公司在应用性创新上的能力和成就已超过美国同行;北京、深圳和杭州是三个比硅谷更适合讨论互联网模式的城市。

在人类历史上,崛起于20世纪90年代的互联网经济显然是一个与铁路和电报同等重要的商业发明,它重构了信息的传播方式。而中国则在改革开放的20年后,搭上了互联网经济的第一班列车,甚至可以说是受益最大的国家。

大数据与智能革命重新定义未来

□邬君



吴军
中信出版集团

展示水平。在人机对弈的第四盘李世石反败为胜的过程中,他无意中发现了AlphaGo的一个缺陷。从这个角度讲AlphaGo的胜利标志着人类在机器智能方面达到了一个崭新的水平,因此它是人类的胜利。

AlphaGo无论是在训练模型时,还是在下棋时所采用的算法都是几十年前大家就已经知道的机器学习和博弈树搜索算法,而让这些算法能够在上万台甚至上百万台服务器上并行运行,就会使计算机解决智能问题的能力有本质的提高。这些算法很多已经在其它智能应用的领域(比如语音识别、机器翻译、图像识别和大数据医疗)获得了成功。计算机已经开始完成很多过去必须用人的智力才能够完成的任务,比如医疗诊断、阅读和处理文件、自动回答问题、书写新闻稿和驾驶汽车等等。

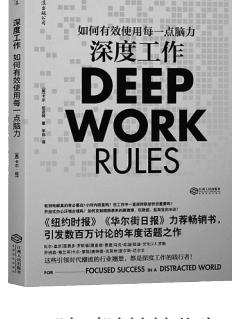
AlphaGo的获胜让一些不了解机器智能的人开始担心机器在未来能够控制人类。这种担心是不必要的,因为AlphaGo的灵魂是计算机科学家为它编写的程序。机器不会控制人类,但是制造智能机器的人可以。而科技在人类进步中总是扮演着最活跃最革命的角色,它的发展是无法阻止的,我们能做的是面对现实,抓住智能革命的机遇,而不是回避它、否定它和阻止它。未来的社会,属于那些具有创意的人,包括计算机科学家,而不属于掌握某种技能做重复性工作的人。

计算机之所以能战胜人类,是因为机器获得信息的方式和人类不同,它不是靠逻辑推理,而是靠大数据和智能算法。

这本书中讲解了大数据的本质、作用、它与机器智能的关系、机器智能的原理和发展过程,以及它们二者对未来产业和社会的影响。“从信息时代到智能时代,吴军博士的书描绘了人类这关键一跃将是如何壮阔瑰丽。过去科技带来的人类能力的延展基本是物理性的,远的有纺织机代替手工作坊、汽车代替马车,近的有GPS实现全球定位,通信+智能终端实现实时资讯传输、交互等。但大数据技术和智能革命带领的人类社会跃迁,将是第一次进入了真正思维领域,人类的分析、判断、决策思维的效率将实现爆炸式提升。我们的商业行为理论、产业架构、商业模式和组织管理模型都将发生天翻地覆的变化。吴军博士为我们提供了一个独特视角,揭示了人类历史拐点的伟大时机之下,我们所面临的历史机遇与危机挑战。”小米创始人,企业家雷军如是说。

深度工作 有效使用每一点脑力

□川工



卡尔·纽波特
宋伟
如何有效使用每一点脑力

是无限的,从而极大提升你所获的奖励。另一方面,如果产出的东西中规中矩,你就会陷入困境,因为你的受众很容易在网上找到更好的替代品。想要成功,你就必须产出力所能及的最好的产品,而这项任务需要深度。

换言之,深度工作并非无用的传统技能,而是想要在竞争激烈的全球化信息经济时代——无法跟随时代潮流发展的人将被这个时代生吞活剥——立足的人都应该掌握的核心技能。

如何才能培养自己深度工作的能力?卡尔·纽波特给出了他认为有效的方法。一是有成果的冥想,指的是利用身体劳作而心智空闲的时候,比如走路、慢跑、开车、洗澡时,将注意力集中到一件定义明确的专业难题上进行思考。可以是为一篇文章列提纲,写一篇宣传稿,打磨一个商业策略,或是一个活动计划等等。这样既利用了碎片化的时间,同时也不容易分心。二是注意力的合理优化分配。在准备开始深度工作时,关掉各类通讯工具,手机静音或是关机,如果有条件最好远离网络,若无法做到,可将自己电脑断网。在精力最为旺盛的上午,集中时间处理一天当中最重要最有价值的工作,比如写一份营销策划案、为新品上市制定推广计划等等,待处理好这些事后,再打开通讯工具,看看周围都发生了什么,下午处理各类琐碎的事情。三、学会享受生活。在每天工作完之后享受一些自由时光,不工作,只做些能让自己放松开心的事情。有研究表明,给有意识的头脑休息时间可以激活无意识大脑,从而理清最复杂的职业挑战。

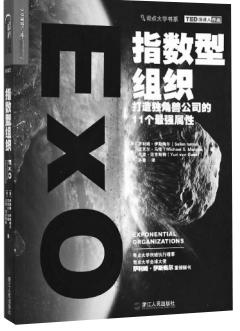
《深度工作》这本书不仅告诉我们该如何更好地工作,也告诉我们该如何更好地生活。生活也是大事业,生活中同样需要你用心去经营,就像你经营自己的事业一样。



扫描二维码
关注《读书》

打造指类型组织

□普玉



伊苏健
浙江人民出版社
《指类型组织》

间和专业技能的爱好者组建成社群,并吸引更多的大众;获取海量数据并确立自己独特的算法;用杠杆资产取代实体资产;采取巧妙方法让用户参与进来。

指类型组织应该具备良好的控制机制。为此,它应该具备5个特征:良好的用户界面,是组织实现扩张的重要条件;适应力强的实时仪表盘,让组织内的每一个人都能了解关键量化指标;通过实验实现快速迭代;在遵循公司MTP的前提下,实现员工高度自治;利用社交工具创造透明性和连通性,消除信息延迟。

指类型组织不是哪个天才的凭空想象,而是在多种要素共同作用下进化而来的。对于“变化”成为主旋律的今天,“租赁”资产比“拥有”资产更具灵活性,小公司的优势更大;最重要的是,“信赖”和“开放”显示出了巨大威力。指类型组织不仅能带来极大的竞争优势,也是“先到先得”的,谁都不想错过这个好机会。

那么如何创建指类型组织呢?第1步:选择一个MTP。找到自己想解决的问题是什么,然后把这个问题最大化,找到这个问题的领域,然后构思一个MTP,保证自己或者企业对问题有足够的热情和激情。这个MTP尽量的大,这样企业才会有足够的生存空间。第2步:加入或创建与MTP相关的社群,在目标高度一致的情况下,为目标倾力投入。第3步:建立一支团队,必须以高度一致的MTP为基础。第4步:突破性创意,可以利用社群或大众来发现突破性创意或新的实现模式。第5步:建立商业模式蓝图。第6步:寻找商业模式,最好与其他指类型组织进行合作。第7步:建立MVP——一种应用性质的实验,用来确定一个简单的产品能否闯入市场,以及能获得用户怎样的反馈,根据反馈快速迭代更新产品。第8步:验证市场和销售,一旦产品得到了目标市场的使用,就需要建立起客户获取渠道来促使新的访问者发现你的产品。第9步:实现SCALE和IDEAS,好的指类型组织并不代表你要实现全部的属性,只要你有一个好的MTP,再加上第3步和第4步,一般就可以获得成功。第10步:

《指类型组织》是一本指类型时代的企行动手册。作者萨利姆·伊斯梅尔在书中归纳了指类型组织的11个强大属性,并提出了建立指类型组织的12个关键步骤。通过自己创建的一套“指数商”测试题,伊斯梅尔还测量出了指类型组织世界100强。

指类型组织有一个共同点:有一个“宏大变革目标”(MTP, Massive Transformative Purpose)。足够鼓舞人心的MTP,本身就是一种竞争优势,它会激励人们创造出自身的社区、群体和文化。指类型组织应该有利于组织的快速扩张。为了做到这一点,它应该具备5个特征:员工随需随聘,取代传统的岗位聘任制;把一大群充满热情、愿意奉献的

社群思维让企业与用户之间建立联系

□马维



付岩
中信出版社
《社群思维》

直播带来了人气,首创了“反向打赏+品牌联动”的网红直播模式。

当今时代,人类已经置身于一个技术化生存的世界之中,在一个技术已经“无所不能”的时代中,人类对其产生了巨大的依赖,但技术化已经带来一个严重的后果,就是技术对人的控制和支配越来越明显,人的真性情正在逐渐被技术所吞噬。人类在科学技术面前越来越缺乏理性,而当人类面对如此的困境时,我们该何去何从?

除了讲社群思维,付岩在书中还分析了当下的互联网思维,他讲到:“人类在过去两百多年中实现了技术的极大飞跃和物质的极大丰富,却陷入一场物质世界与精神世界失衡的危机之中,这种危机的本质就是工具化占据了人类思维的主导地位,使人类被动地陷入一种思维局限之中无法自拔。”在他看来,互联网思维终有一天会跌落神坛,会被社群思维所取代。

此外,付岩还讲到当下最火热的行业问题。为了抢占市场份额,扩大品牌知名度,各家平台疯狂地进行烧钱营销,做活动,送红包,加息等送钱的形式轮番上阵,只为留住用户,可是钱烧完了怎么办?所以要开启精神商业之路。

精神商业是消费者需求的全面升级,不光要满足功能消费需求,更重要的是满足精神层面的需求。在精神商业时代,消费者有这样的需求,他们会说:某品牌、某企业,你不要说你的产品有多么好,你知不知道我在想什么?我的焦虑是什么?除了产品好,体验好,你还能给我什么?如果你不能告诉我,那我告诉你,我有很多种办法找到比你更好的产品和服务,以及比你更低的价格,这就是这么简单。这会是精神商业时代最基本的语境体系。在精神商业下,成功企业必须打磨出自身品牌的精神内核,不断为用户贴上精神标签以及反复强化,让企业与用户之间建立精神上的联系。

开始精神商业之路,就是要运用社群思维来将自身打造成一家社群企业,打造有效社群,以满足用户的三种刚性精神需求——存在感、创造力、幸福感为前提,以满足用户的六种细分精神需求——安全感、重要感、新鲜感、成长感、连接感、贡献感为手段。

在精神商业时代来临之时,社群思维会指导人们创造奇迹。