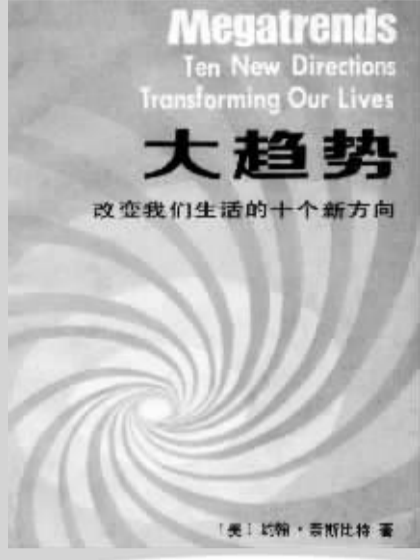


# 将中国的成功 投射向未来

——追忆《大趋势》作者奈斯比特



出版社：新华出版社  
作者：[美]约翰·奈斯比特  
书名：《大趋势》

● 本报记者 林威

《大趋势》作者、美国未来学家、经济学家约翰·奈斯比特（John Naisbitt）日前在他奥地利沃尔特湖畔居所中安然辞世，享年92岁。

奈斯比特先生上世纪60年代首次造访中国，拥有百余次的访华经历，获得2013年度中国政府“友谊奖”。他于1982年出版《大趋势》，曾“点醒”上世纪80年代的中国人，而中国的发展变化始终在他的视野和研究之中。他曾于2016年12月做客中国证券报，并做了关于全球化新趋势的主题演讲。

本报记者专访了奈斯比特《世界新趋势》的合著者、2019年度中国政府“友谊奖”获得者龙安志（Laurence Brahm）先生，评价奈斯比特的历史贡献和影响。

## 为复杂的世界带来明晰

**中国证券报**：奈斯比特的“大趋势”系列作品伴随一代中国读者成长，从上世纪80年代的《大趋势》，到上世纪90年代的《女性大趋势》、《亚洲大趋势》，再到2010年的《中国大趋势》等等。如何评价他的历史贡献？中国读者最应该记住他的是什么？

**龙安志**：约翰·奈斯比特是一位思想家。他的畅销书《大趋势》跨时代地预言了各种情景和事件。这里的跨度不是以年计，奈斯比特看到的是未来几十年内将出现的社会经济趋势和变化。

奈斯比特的方法非常实用，不学究。他为政府和企业领导人提供具体的建议以迎接挑战并驾驭未来。

他了解中国的觉醒和经济崛起，了解与这个新兴经济大国合作的重要性，了解中国从贫困到繁荣的过程对世界和本国人民的影响。

**中国证券报**：在他的作品中，中国顺应了哪些重要的趋势？新世纪以来，奈斯比特所描述的大趋势有越来越多的中国视角和中国故事，这对世界有何借鉴？

**龙安志**：奈斯比特清楚地看到中国从农业社会到工业社会的转变，再上个世纪90年代开始成为世界工厂，并在21世纪前十年崛起成为“世界投资银行”。

在此过程中，中国人民向前发展的毅力和决心使他深受感动。他从中看到了美国人曾经所拥有的，但如今也许已经失去了的艰苦奋斗精神。

奈斯比特为复杂的世界带来明晰。当其他人寻求冲突时，他介绍了合作的路径。奈斯比特清楚国际关系应以大局为重的重要性，也明白商业纽带的作用更为重要。在经济和金融一体化的世界中，商业纽带不应该由于短期的政治或意识形态上的短视和私利而被打破。

如今，所谓的西方智囊团中许多人过于关注寻求冲突和矛盾，而不是协调合作。奈斯比特具有强大的心智和个性，大胆地说出心中所想。他认为中国在全球各项事务中，从货币政策到贸易、环境乃至全球和平，都是不可缺少的。

奈斯比特倡导多边体系。他强调联合国在促进地球可持续发展与和平方面所发挥的重要作用，而中国在联合国及其各项计划中扮演着重要的角色。

## 架起中国与世界之间的桥梁

**中国证券报**：作为中国政府“友谊奖”获得者，奈斯比特是如何用他的“第三只眼”看中国的？

**龙安志**：奈斯比特这些年经常在中国旅行和居住。他是学者，但不在象牙塔里，因为他会走街串巷、深入农村了解影响人们生活的经济政策现状。

早年在白宫担任肯尼迪总统和约翰逊总统的经济顾问后，他对决策的复杂性有着深刻的了解。他从中国计划和市场（相结合）的实用模式中为经济学思想和理论方法所面临的许多矛盾找到了解决方案。他认为这个解决方案，不仅适用于中国，而且适用于世界。

他还观察到中国的经济政策很大程度上反映了从基层往上表达的需求。这些需求通过各级政府的各种渠道得到快速响应和行动，政策得以制定。

在这些问题上，奈斯比特清楚地向世界传达，使许多人意识到中国的做法以及这些成功如何能投射向未来。他所传授的知识使许多寻求了解中国，进入中国市场与中国合作的人在经济、金融、技术、环境和贸易等各方面受益。在获得“友谊奖”时，奈斯比特的的确确已经是中国的杰出朋友，是中国与世界其他地区之间的桥梁。

## 提炼一种被所有人理解的语言

**中国证券报**：介绍一下您和他们合作出书的情况。奈斯比特对您本人最大的影响是什么？

**龙安志**：当奈斯比特夫妇邀请我与他们合著时，我感到非常荣幸。它是关于中国“一带一路”的最新著作。作为全球“大趋势”的先知，奈斯比特认为“一带一路”倡议展示中国摆脱贫困取得了经济成就，并与许多不发达和内陆国家分享其方法，而这些国家能从这种实用方法中受益。

与奈斯比特夫妇的合作是一个动态的过程。我们研究复杂的政策，并把它转化为一种全球商业界可理解、相关联并能以实际应用的语言。在许多方面，这就是奈斯比特写作风格的魔力。他将世界的复杂性提炼成一种可以被所有人共享和理解的语言。在与他们的合作中我学到了很多。

## 培养新时代的未来学家

**中国证券报**：奈斯比特先生的遗孀多丽丝·奈斯比特（Doris Naisbitt）2000年后成为奈斯比特最重要的合作伙伴，并担任约翰·奈斯比特大学校长。夫妇两人共同完成了许多重大的调研和著作。目前地的情况如何？

**龙安志**：多丽丝·奈斯比特将在继承奈斯比特先生的未竟事业方面发挥至关重要的作用。她首先要整理奈斯比特先生的遗稿，这些未发表的著作作为世界迷宮进一步指明方向。

我觉得国内大学应该建立一个和奈斯比特相关的研究机构，多丽丝可以主持研究工作。该机构不仅要保留和研究奈斯比特的著作，更要培养新时代的学者和思想家，使们能够像他一样将新的大趋势推向未来。

这无疑是他想要看到的。



## 社会价值投资

作者：[美]霍华德·W.巴菲特、威廉·B.艾米克 出版社：机械工业出版社



内容简介：

在本书中作者为度量合作伙伴关系的成功设计了五要素管理框架。受价值投资的启发，这个框架提供了一种方法，可以使合作的效率和积极的社会影响最大化，从而为大型公共项目提供创新、包容的长期解决方案。这个框架也为希望实现成功跨部门合作的私营企业首席执行官、公共部门管理者、非营利组织领导者提供了实用的洞见。

作者简介：

霍华德·W.巴菲特，哥伦比亚大学国际与公共事务学院兼职副教授和研究学者。威廉·B.艾米克，哥伦比亚大学国际与公共事务学院皮克教育中心创立主任和实践教授。

## 失序

作者：[美]理查德·鲍德温 出版社：中信出版集团



内容简介：

全球化进入4.0时代，智能技术正以更个体化、猛烈、不可控、不可预测的特点席卷全球。作者认为，伴随机器人时代的到来，以及通信壁垒、语言壁垒的打破，“白领机器人”与“远程移民”发起就业冲击，新的职业阶层将会诞生。通过历史和全球化两个视角，作者深刻分析了机器人时代全球将会产生哪些新的变化，并勾勒出一幅未来的基本蓝图。未来需要为新工作做好准备，从而应对技术进步带来的冲击，避免全球性失序与混乱。

作者简介：

理查德·鲍德温，麻省理工学院博士，读博期间师从诺贝尔经济学奖得主保罗·克鲁格曼。

## 战略管理

作者：陈劲、焦豪 出版社：北京大学出版社



内容简介：

本书打造了全新的战略管理理论体系与框架：突破环境论与资源观主导下的静态范式；整合动态能力视角下的知识观与创新基础观；融合中国传统战略思想与现代企业管理实践；突出战略素养的培育。本书整合了战略管理传统理论和前沿思想，以战略视野、动态能力、知识创新、中国传统文化等内容为显著特色，将欧美战略逻辑、中外战略艺术和中国战略哲学高度结合，战略思维和战略管理工具齐全，应用面广。

作者简介：

陈劲，清华大学经济管理学院教授，博士生导师。焦豪，北京师范大学经济与工商管理学院教授，博士生导师。

## 情绪赋能领导力

作者：陈慧、王京燕 出版社：机械工业出版社



内容简介：

在本书中，作者使用大量案例和研究成果说明管理者的情绪对自己、对团队以及对企业发展起到何等重要的作用，管理者应当如何处理自己的情绪，如何打造团队和企业的情绪，以期实现企业长期、可持续发展。本书关注的重点是企业家和管理者自己的情绪，让他们认识和管理好自己的情绪，以便打造良好的企业文化和企业氛围。关注管理者如何有效传递自己的情绪，如何用情绪激励员工，共同为企业创造价值。

作者简介：

陈慧，北京邮电大学经济管理学院教授，博士生导师。王京燕，北京教育考试院自学考试办公室负责人。

## 共生的智慧

作者：宁向东 出版社：中信出版集团



内容简介：

本书涵盖了企业规模从小到大的公司治理方面可能会遇到的主要问题，致力于帮助企业管理者和创业者设计有效的股权结构，搭建有助于长期发展的顶层结构。作者首次就公司治理领域进行实战性输出，结合中国企业实际经营场景与需求，直击公司治理痛点。

作者简介：

宁向东，清华大学经济管理学院教授，博士生导师。

## 可复制的营销力

作者：谢小玲 出版社：北京大学出版社



内容简介：

本书讲的是如何打造可复制的超级营销力，但与传统营销观念不同，本书中所阐述的营销力涵盖了产品、品牌、销售三大范畴。作者将经典理论与多年实践经验相结合，总结出一套清晰、易懂、简单、可行的方法与模型，便于读者理解和学习。

作者简介：

谢小玲，中国人民大学商学院MBA，二级企业人力资源管理师，注册国际心理咨询师(CIPC)，具有16年营销管理经验，擅长营销策划与经营管理。

## 向数智化转型 提升企业“云能力”



书名：《云上的中国》  
作者：吴晓波 王坤祚 钱跃东  
出版社：中信出版集团

● 冯伟

2020年，充满着戏剧性、偶然性、不确定性和巨大的激荡感。在新冠肺炎疫情的影响下，一个云上的孪生中国正在加速诞生：商业、生活、社交、服务、城市治理都被交托至云端，中国进入云2.0时代，从数字化向数智化转型。

为了呈现智能化对当今中国的渗透和改造，本书既选择了攀钢、波司登这样的传统制造业，也进入了寿光蔬菜市场、义乌小商品市场等大型流通市场；既调研了传统金融机构，更奔赴“城市大脑”、高速公路、气象分析等多个公共治理领域。试图透过制造业、服务业和公共服务设施等多个视角，发现一个全新的“云上的中国”。

在中国这个全球第一制造业大国和拥有最多百万级以上人口城市的国家，智能化正在让每一个经济和社会细胞产生空前的活跃度和新的效率可能性。

与之对应，政府和企业需要具备的不再是单一的大数据能力，而是数字化、智能化、移动化兼具的云能力。

中国是被互联网改变得最为彻底的国家。在过去20多年时间里，一代互联网改变了人们与信息、购物、服务和金融的关系，但这些都是消费互联网意义上的改变。而在今天，从工厂到城市，产业互联网的浪潮已经汹涌地席卷而来。

2020年新年的景象曾让很多人记忆深刻。云拜年、云上课、云办公……即使宅在家中，也能“云”上生活。此外，在疫情排查上报、应急物资调配等多个防疫场景下，数字化技术也从始至终发挥着坚实作用。人们发现，数字化技术不仅让疫情防控更快迎来曙光，也让自己的生活和工作方式迅速改写。

数字化转型也从“可选项”，变成商业竞争的一道“必答题”。事实上，自从商业诞生到现在，再到未来，其本质都不会变：第一，好的产品或服务；第二，成本低、效率高；第三，传播准、快、广。通过一些转型“行动派”的故事可以看到，生产、组织、运营、营销的数字化让这些三件事情变得更好，让商业更有智慧。

尽管商业的“质”并未改变，却有一个显著的“量”的变化，90后、00后正在以日益增长的人群规模，接棒成为贡献消费的主力人群。年轻人成为各商业品牌的迎合对象，年轻态成为消费发展的趋势，将推动全球最大的一波消费升级浪潮。

随之而来的另一个变化，是“消费者主权”崛起。在工业时代，企业“以产定销”，先把产品生产出来，再通过营销手段和渠道推给消费者。在交通、信息不发达，商品供小于求的情况下，消费者只能“有什么买什么”，被动接受商品，主权无从谈起。但随着商品供给的日益丰富乃至走向产能过剩，以及计算机、移动互联网的普及，消费者开始有了多种选择，消费需求逐渐呈现出多元化、细分化、个性化等特点。这就意味着“消费者主权”的崛起。

当“消费者主权”不断崛起的时候，企业比拼的是谁能真正地走向消费者，谁能对消费者需求做出快速响应。所谓商业智能，就是对用户需求实时感知、高效响应的能力。

企业应对“消费者主权”崛起，可以根据实际情况“两步走”或者“二选一”。一种是通过信息化、IoT（物联网）化、中台化等改造手段，构建起一套数字基础设施，把业务数据化，更了解用户，用高精度的数据来指引业务，而非传统上的依赖个人经验。是为“数字化”。

另一种则更进一步，是为“数智化”。它不是单纯的IT（信息技术）系统更新，不是纯技术变革，而是技术、业务、管理、文化的全面变革：以消费者运营为核心，实现消费端与供给端全要素、全场景、全生命周期的数据智能（数据业务化），建立企业智能运营和决策体系，持续推动企业产品创新、业务创新、组织创新，构建强大的新竞争优势。

本书经过对阿里云和各行业案例的实地调研与深入采访，从零售、运营、制造、出行、教育、城市治理等不同领域甄选出更具标杆意义的案例，在全景式呈现中国数字新基建的产业图景与未来趋势的同时，回答中国所处的转型阶段，在全球数智化浪潮中的地位，还原政府与企业转型中的痛点与解决思路，以期为政企数智化转型提供切实可行的行动路径。

云能力已成为现代城市治理与企业发展的关键能力，也是企业在数字经济时代的硬实力。企业如何在竞争中脱颖而出？政府如何更好地融合产业势能、城市发展与人的需求，引领区域经济的同时，共建更宜居的人性化城市？这正是本书要给出的答案。