看见未来:改变互联网世界的人们(连载九)

■ 余晨

天文学家卡尔·萨根(Carl Sagan)写过一篇优美的散文《暗淡的蓝点》:人类为自身的文明成就感到骄傲,然而从宇宙的视角来看,我们存在的全部辉煌历史和人间一切的悲欢离合,都不过是在一颗微不足道的“暗淡蓝点”上演绎而已。地球如此渺小脆弱,只是在广袤宇宙中漂浮的一粒微尘。全球变暖、核战争、变异的流行病毒、小行星撞击,种种灾难性的事件,都可能把这个暗淡的蓝点从太空中抹去,让人类难逃灭亡的厄运。

反观互联网管理的思维,任何数据中心都不会只集中部署在一台服务器上,而是采用有多点灾备系统的分布式网络,这样才能避免“单点失效(Single Point of Failure)”带来的损失,从而使得整个网络服务更为可靠。而整个人类的存在却偏偏命悬一点,这完全不合理。

所以,为了确保我们的子孙后代能够延续生存,人类必须勇敢地迈出地球的摇篮,将自己的足迹踏上其他的星球,成为跨星球栖居的物种。只有当我们在宇宙中的存在从单点变成网络时,人类才有可持续的未来。太空探索是为人类购置的一项长期保险,是我们新的诺亚方舟,它能使人类这束微弱的“生命与智慧之光”在无尽黑暗的宇宙中能够永不熄灭。

思维框架与疯狂信念

致力于推动科技、人文、设计跨领域思想交流的 TED 大会主席克里斯·安德森曾写过一篇文章——《天才的共性》,他在这篇文章里,全面分析了马斯克与乔布斯之间的相似之处:他们都是影响了多个行业的连环颠覆者,都是跨界整合、多维度思考的天才,都有过退学的历史,都穿着随意(牛仔裤加 T 恤或高领衫),都有强势的管理风格且独断专行,甚至都有过被自己创办的公司解雇的经历。

然而,马斯克又与乔布斯不同:乔布斯张扬外露,有着具穿透性的人格魅力和令人痴狂的说服力,而马斯克则相对内向收敛,其清晰的逻辑和冷静的理性令人折服;乔布斯是个非凡的市场推手,而马斯克则是一个出色的极客工程师;乔布斯是个文科生,而马斯克是个理科生;乔布斯是个佛教徒,而马斯克是个无神论者。

安德森认为马斯克和乔布斯最核心的共同之处在于:系统级的设计思维加上超常的信念。

乔布斯和马斯克都不是经典意义上的发明家,他们并不是某项单独技术或产品的原创者,而是有着“全景式宏图”、把不同技术和跨界资源系统地整合在一起的集大成者。乔布斯不是 MP3 播放器(便携式音乐播放器)或智能手机的发明者,但是他能够把极简的硬件设计、完美的软件体验,还有应用商店等网络服务整合在一起,构建成一个完整的生态系统。

同样,马斯克也不是第一个尝试制造电动汽车的人,但是他把电池组管理技术、车载联网电脑、直销渠道、充电站网络整合成一个生态系统。他们没有带来某一项局部的技术突破,而是靠产品、营销、组织、定位、盈利模式等多维度的创新来产生颠覆式的影响。

如果说乔布斯的灵感来自于文科生的直觉,那么马斯克的力量则来自于理科生的逻辑。当年曾主修物理学的马斯克善于遵循并运用物理学的思维框架,他把自己的思想武器归结为“第一原理”式的推理方式,即把问题还原归约到其本质,在此基础上再向上进行推理,寻求答案。

“第一原理”的思维框架可以追溯到古希腊哲学家亚里士多德。在更早的远古时代,人们都以神话和传说来解释世界,这本质上是一种类比和隐喻式的思维。而古希腊则开始了思维方式从“讲故事”到“讲道理”的演变,人们用逻辑、概念化的模型和理论来解释宇宙,从而种下了科学的种子。亚里士多德则系统地总结了“第一性”智慧。

物理学的思维方式,往往是反直觉的,因此更富挑战。在马斯克看来,大多数人在日常生活中都习惯依赖直觉,用类比和归纳进行思维,这样只能是在同样的范畴内积累和堆叠,不断重复和完善已有的模式,而不会产生超越性的突破。

只有基于“第一原理”的思维框架,才能抓住问题的根本和核心,设想事物应当存在的理想状态,而不是受限于现状,由此推演出产生质变的突破性答案。在马车的时代,用类比的思维只能培育更快的马匹、造出更好的马车,而用“第一原理”的思维框架才能发明出汽车。

科技创新不同于艺术创造,不能漫无边际地空谈“一切皆有可能”。比如物理学不允许有永动机和超光速火箭,因此再伟大的发明家也造不出永动机和超光速火箭。但那些自然规律不禁止的,则皆有可能发生,唯一限制我们的是我们的想象力。所以,要想自由创新,首先要了解事物的规律和本质;要想突破顶线,首先要了解底线;要想知道什么是可能的,首先要知道什么是不可能的。

正是基于“第一原理”的思维框架,马斯克清晰地意识到,普通汽油机的能量转化率只有 20%,而电动机的能量转化率可以高达 90%,且没有污染,所以新能源电动车终将替代汽油车。

同样,通过简单的计算便可知道,在现有的运载火箭技术中,基本材料成本只占 2% 左右,而火箭的一次性使用则产生了极大的浪费,所以原则上整体发射成本可以降低两个数量级,可回收重复使用的火箭一定是未来航天技术发展的方向。

遵循“第一原理”,亦可以抓住不同领域之间相通而同构的本质,运用跨界整合的系统性思维创造性地解决根本问题。例如,过去几十年,电池的基础技术几乎停滞不前,在能量密度、安全性方面没有重大的突破。特斯拉并没有把精力放在电池基础技术的深挖和攻坚上,而是使用消费电子产品(笔记本电脑、充电器等)中常用到的已成熟的 18650 型小尺寸锂电池,创新地开发了有效的电池组管理系统,把几千节锂电池连成一个分层网络(特斯拉 85 千瓦时电池组包含了 16 个模块、96 组、共 7104 节 18650 型锂电芯),并确保每节电池的温度调节、运行状态及安全性监控。其核心设计思想是,将互联网领域中服务器集群网络分级管理的思维,跨界地整合运用到电池组的管理上。

马斯克的产业布局,也同样遵循跨界整合的战略。太阳城的光伏发电,可以为特斯拉提供充电服务,前者发电,后者用电。如果这两者还不能确保地球免于毁灭,我们还有备用的计划 B,通过 SpaceX 移居火星,以确保文明的延续。设想未来,跨界整合的思维将产生更多的可能性:星际互联网、电离子火箭等。

然而,只有思维框架和愿景是不够的,很多人都有关于未来的种种美好梦想,但只有极少数人有足够的勇气和坚持把梦想变为现实。理性的思维框架可以使我们产生对未来的愿景,但只有非理性的近乎疯狂的信念才能使未来真正到来。

乔布斯身上有所谓的“现实扭曲力场”,他可以用自己强大的意志来改变现实。马斯克身上同样有着极其罕见的强烈信念,使得他在面临绝境时可以力挽狂澜,九死一生。

2008 年或许是马斯克人生最黑暗的低谷。SpaceX 成立六年之中进行的三次火箭发射都接连失败,特斯拉也经历了产品的一再拖延和推迟,席卷全球的金融风暴使得投资人都不再看好马斯克这些不切实际的疯狂项目,两家公司都濒临破产。在巨大的压力下,马斯克的第一段婚姻也宣告破裂,工作和生活上的双重打击接踵而至,他似乎在一夜之间失去了曾经拥有的一切,即事业、财富、婚姻。

当马斯克破釜沉舟,把自己个人最后的 300 万美元资金投入到公司之后,有一段时间甚至只能靠向朋友借钱度日。当我问及马斯克这一段经历时,他只是很平静地引用了丘吉尔的一句话:“如果你必须穿过地狱,那就继续前进吧!”

其实,愿景和信念是相通的,当一个人清晰地看到未来时,就会产生对这一未来热切的期盼和强烈的信念。马斯克坚信,新能源可持续交通和商业化太空索的时代终将来临,所以他敢于孤注一掷赴汤蹈火,不惜押上自己的一切。即使成功只有很小的可能性,他也要去全力争取这一点点概率,因为不去冒险才是最大的风险,而预见未来最好的方式便是亲手创造未来。

布斯和马斯克都激发了人性中向上的那部分:乔布斯的伟大在于,他把技术升华成了艺术,让人们在产品中发现创造性的美,而不只是廉价的功能;而马斯克的伟大在于,他重新点燃了一代人成为探险家的梦想,敢于去“想象一个更令人激动的未来”。

疯狂与天才只有一线之差,克里斯?安德森引用乔治·萧伯纳的一句话来总结乔布斯和马斯克这样的狂人:“理智的人让自己去适应这个世界,而疯狂的人会坚持让世界去适应自己。所以历史的进步依靠疯狂的人。”或许萧伯纳的另一句话更为恰如其分:“一般人看到已经存在的事物会说‘为什么这样’,我却梦想从未有过的事物,并问自己,‘为什么不这样’。”

彼岸

古希腊哲学始于泰勒斯,传说有一次,泰勒斯因为全神贯注地举头仰望天上的星象,而没有看到脚下的道路,结果一头栽进了水井,被邻人所耻笑。后来这个故事被收编进了《伊索寓言》,成了那篇著名的天文学家与水井的故事。

寓言的本意,是告诫人们要脚踏实地而非好高骛远。然而千百年来,浩瀚的星空和广阔的宇宙,一直是激发人们想象力和激情的源泉。人类与动物之不同,正在于我们能够超越现实和自然,为遥远的星辰所感动。探索未知,是人性中最根本而崇高的冲动。当人举目凝视宇宙并试图触摸无限时,便将自己从凡尘中升华出来,变得与神同在。

心理学家卡尔·荣格(CarlJung)说:“人一旦与神话王国疏远,随之而来的,就是人的生存状况被降到纯粹的事实层面,这就是心智疾病的主要成因。”按照常人的理解,人脱离了现实才会精神错乱,而荣格的逻辑却恰恰相反:人完全陷于现实,才会有各种心理疾病。历史学家罗伯特·贝拉(Robert Bellah)也提到:没有人能够完全地生活在日常和现实之中,人总要用各种方式,哪怕是暂时地离开现实。无论是做梦、游戏、旅行、艺术、宗教还是科学探索,都是为了能够脱离和超越现实,而到达一个彼岸的世界。人性的本质便是要超越人的自然性,勇敢地站在现实的对立面。人类并不只是被动地接受一个临在的实然世界,更能想象一个超越的应然世界,而科技则是从实然到应然通往彼岸的桥梁,科技让我们通向一个更值得梦想的未来。

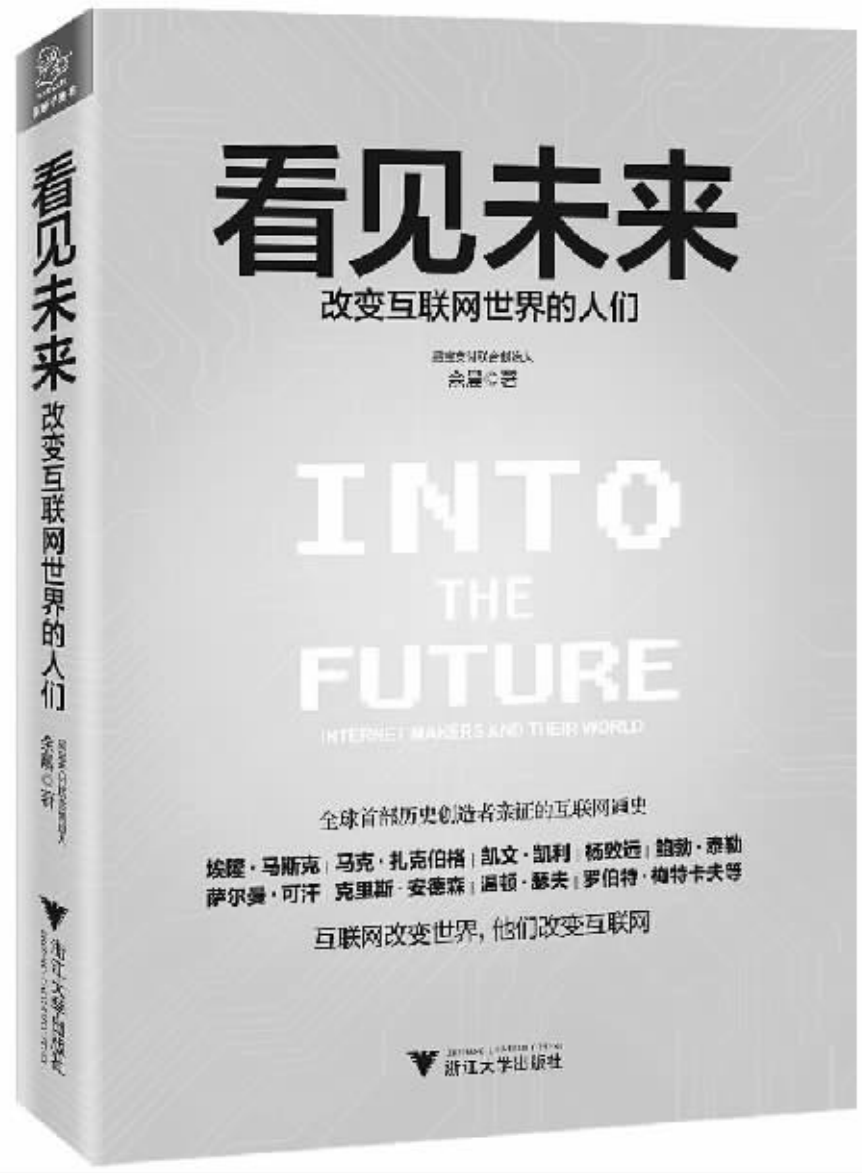
“生活不只有眼前的苟且,还有诗与远方。”或许正因为我们仰望远方彼岸的星空,才能够反过来定义此岸这个世界的价值;正因为我们能够看见未来,现在才有了意义。人不只是“存在(being)”着,而是“成为(becoming)”着,我们在不断迈向未来的可能性中超越自己。因此人类的精神世界中永远需要一个彼岸,而火星正是科技时代新的彼岸。在这个一切都失去终极意义的世俗时代里,我们需要某种能把全人类集结在一起的新目标,我们渴望某种具有感召力的新信仰,太空或许正在成为人类集体意识和文化记忆中一种新的宗教。而火星不只是一个虚无飘渺的图腾符号,它是正待我们开拓的新边疆,是我们未曾去过但终将定居的新家园。

试想 20 年后,当 SpaceX 开始在火星上建立殖民地时,你是否愿意变卖地球上所有的家产,告别所有的亲友,从马斯克的手中买一张去火星的单程票,成为人类第一批移民火星、开疆拓土的定居者?太空并不是马斯克一个人的憧憬,也是众多远见之士共同拥有的梦想:亚马逊的首席执行官杰夫·贝佐斯成立了蓝色起源太空公司(Blue Origin),维珍集团的创始人理查德·布兰森(Richard Branson)创建了维珍银河公司(VirginGalactic),而微软的联合创始人保罗·艾伦投资设计了第一艘完成亚轨道载人飞行的“太空船一号(Space Ship One)”,谷歌月球 X 大奖(Google Lunar X Prize)则在资助民间的登月机器人项目。

太空梦甚至不是科技大佬们的专利,备受争议的欧洲非营利组织“火星一号(Mars One)”也在世界范围内招募单程前往火星移民的志愿者,全球有超过 20 万人报名,大有当年“五月花号”移民美洲时那种“壮士一去兮不复还”的豪情。或许在我们每个人的心中,都有着一个等待着被唤醒的冒险家。

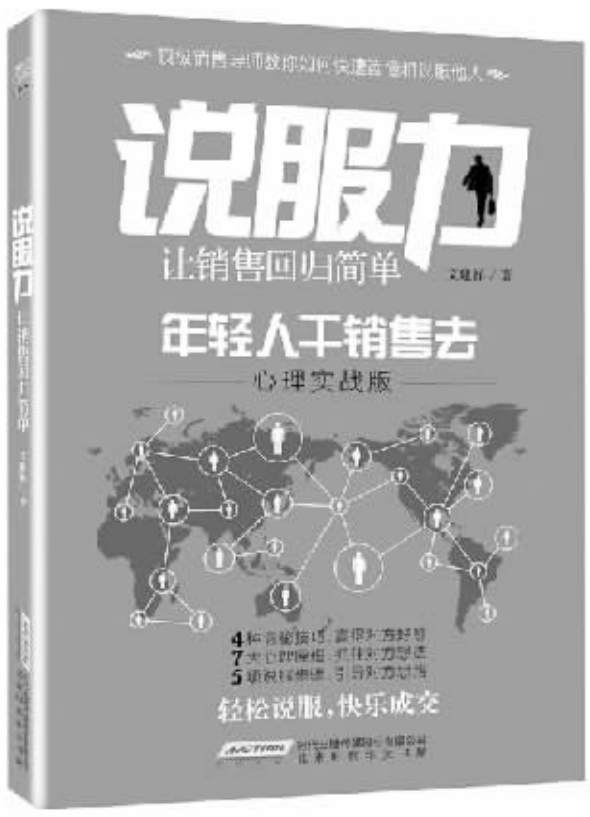
想象未来有一天,在这颗红色的星球上,我们能够站在水手号峡谷(Valles Marineris)的边缘观看日出。这是太阳系中最雄伟的峡谷系统之一,相当于美国亚利桑那大峡谷的 10 倍长、7 倍宽、4 倍深。在火星上看到的太阳只有在地球上看到的太阳的 2/3 大,其亮度也只有地球表面的一半,火星上稀薄的大气压力只有不到地球表面的 1%,但漂浮的粉尘可以漫射阳光,使得火星日出的壮丽程度丝毫不逊色于地球日出,甚至更为绚烂。正如金星是地球上的启明星,此刻,地球已经变成了火星地平线上的一颗晨星。当我们在这个新的家园上回望遥远的故乡时,迎来的不只是升起的朝阳,更是人类太空时代新纪元的黎明!

(连载完)



作者简介

易宝支付联合创始人。他在互联网、电子商务及软件领域有近 20 年的从业经验,曾任职于美国甲骨文总公司、John Deere Health Care、AT&T 贝尔实验室(实习)。拥有多年在硅谷工作生活的经验,也在国内成功创业,并长期关注历史和哲学,这使得他能够融合科技与人文,从多元化的视角反思互联网,为普及互联网做了大量工作。余晨也因此被中央电视塔邀请,担任大型纪录片《互联网时代》的顾问,与众多互联网历史人物进行了精彩对话。



说服力(连载一)

自序:
销售是好工作,怎样做好销售

销售是好工作,怎样做好销售?

自从 1995 年投身销售以来,我跑遍了中国 18 个省市,大江南北、黄河上下都留下了我的足迹。一路豪情,一路坎坷,一路的成功失败,带给我无限的感慨。在经历无数波波折折、风风雨雨之后,我仍然坚持认为:销售是世界上最好的工作之一。因为销售可以改变我们的人生。

首先,就个人成长而言,没有哪个行业能像销售这样全方面地提升我们的能力。

没进入社会之前,我们在学校的学习都是“虚学”,我们得到的只是理论层面的知识,可能一进入社会就会遇到“百无一用是书生”的尴尬。只有在社会这所大学里边干边学,理论联系实际地提升自己,这才叫实学。正所谓:“纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。”

有人说:“读万卷书不如行万里路,行万里路不如阅人无数。”我们从事销售这个行业,就是在市场上阅人无数。当我们一遍又一遍地向顾客介绍我们的产品时,我们的词汇量就会越来越丰富,我们的语言表达也会越来越熟练,口才自然就能锻炼出来,最终达到所谓“见人说人话,见鬼说鬼话”的境界。

其次,销售是一种“挫折教育”。

西方有一种很特别的培训机构叫“魔鬼地狱式训练营”,一期的学费高达 5 万美元。1971 年,沃伦·巴菲特还没有成为“股神”的时候,他的父亲为他交了双倍学费 10 万美元,把他送进了“魔鬼地狱式训练营”,结果在第一天他就被一个黑人教练打得跪在地上承认自己“不是人”。

为什么有钱人都要花钱跑去“挨打”?一些参加过这种训练的朋友曾这样对我说过:因为以前只是抓住某个机遇赚了些钱,他们深深地知道自己的成功是出于偶然的,所以常常担心自己的公司如果倒掉了会怎样;然而在培训中,他们经历了一辈子都没有经历过的挫折,忽然发现现实中所有的问题都不再是问题,所有的困难都不再是困难了。

其实销售就是一个免费的“魔鬼训练营”。毋庸讳言,销售是一项成功率不高的活动,绝大部分的销售都是失败的。除此之外,在外面跑业务、做销售,我们也会遇到骗我们,抢我们,故意刁难我们的“坏”顾客,甚至遇到一些不安好心的“色狼”顾客。但我们难道不应该感谢这样的经历吗?因为它也是一种挫折,它能够充分锻炼我们的观察能力、应变能力和沟通能力。可以说,销售就是一堂能教会我们如何应对挫折的人生课。有钱人要花 5 万美元受挫折,而销售员不用任何投资就能学到这一课。

前世界首富洛克菲勒说:“把我所有东西抢掉没有关系、你把我剥得一丝不挂没有关系、你把我弄到沙漠里去都没有关系,只要有一支商队经过,我依然可以白手起家,重新成为一位亿万富翁。”

因为他就是白手起家做起来的。赚取金钱不一定有未来,赚取能力肯定有未来。而当你成为销售精英时,就拥有了白手起家的能力,那才是真正的别人偷不走、抢不走的财富。

当然,销售也不是那么容易做的。

如果把商场比作战场,销售就是你死我活的短兵相接。作为销售人,我们的对手是自己,是对方的负面思想!在每一场战斗中,我们都要集中全部精力,利用各种技巧突破重围。这时,销售的知识、心态和技巧将成为我们能否生存下去的关键。

在《年轻人,干销售去》一书中,我用自传性质的故事表达了我对销售的感情,我希望大家都能尝试一下销售。老话说:“授人以鱼,不如授之以渔。”接下来,我要把如何做好销售,把自己多年销售的经验分享给大家。本书作为《年轻人,干销售去》的系列书,是一本专门讲销售心理学的书。后面我会推出专门讲销售技巧以及销售团队管理等方面内容的系列图书。

作者简介:

文建祥,深圳生普卓越集团董事长,中国最受销售人敬仰的培训讲师之一。投身销售 20 年,缔造了一个由草根到亿万富翁的传奇。以其亲身经历创作的励志小说《年轻人,干销售去》,改变了无数人对销售行业的认识,从而引发了年轻人投身销售,追逐财富梦想的热潮。