



第二部分

现实定位

HZ BOOKS
华章图书

第 2 章



现 实

展示最丰富的体验

就像我们在写这本书期间常做的那样，冬季我们会到户外散散步，穿过树林，或者沿着公园的小道前行。明尼苏达的冬天，虽然阳光灿烂，却寒气袭人。你慢慢游逛，看得见自己呼出的白气，很快就能感到可以听见一颗心在胸中跳动，要尽可能地拉紧皮大衣的拉链。在低悬的太阳给身体送来温暖以前，凛冽的北风呼啸而过，会刺痛你的脸，风声在你耳边回响，因为帽子被吹得贴紧了头，听到的声音也变了调。如果你逆风走快点，边走边挥动手臂，就会慢慢地感到胸膛发热、四肢暖和起来。你看到干瘪的马利筋果荚在一片白雪地上探出头，瞥见枫树的光秃树枝上飞落一只鹰，接着，栖息椴树的主红雀和蓝松鸡就飞上了高大的云杉藏身。你用薄荷油护唇，那气味让你抽抽鼻子，吸入一口冰凉的空气，可以闻到附近人家在烧柴，听见小山雀的歌唱及旁边池塘冰刀划过冰面的刺耳声响，然后是球棒击中冰球的击打声。一圈漫步下来，你会感到世界之美好莫过于此。

展示最丰富的体验

如果嫌明尼苏达州的清晨寒冷，不合你心意，不如待在屋里，品一杯热茶，凝视那深色叶片在冒着热气的清水中穿游。或者哪个上午去一家咖啡馆，饮一杯现磨咖啡豆冲泡的咖啡，观察郑重的准备、磨制过程，细细品尝。要么带家人去自己最喜欢的餐馆吃晚饭，一家人共度这幸福时光，回了家大家一起玩棋盘游戏。或者不是冬天穿越树林，而是夏天在沙滩散步，脚踩着温热干燥的沙粒，任它们溜过脚趾

间，耳听的是远处波浪平稳的律动、近旁孩子们欢快的笑闹。或者光顾一家店，负责这家店的商业天才没有做一般的推销，而是在展示体验，比如在户外用品专卖店 R. E. I. 所在的高楼上设一面墙供攀岩，在另一家户外用品店 Cabela's 店里的鱼池边观赏鱼儿成群游来游去，在女童装店“美国女孩之家”的咖啡馆里和你的女儿一起吃饭，或者在一家苹果专卖店请一位高人帮你开发你的 iPhone 的最新功能。如果你是建筑公司的管理者，想买台新设备，可以去生产施工设备的公司 Case Construction 设在威斯康星北部森林的体验中心 Tomahawk Experience Center，在那里可以尝试所有巨型沙箱必需的设备。

也许你想周游世界（但别自己一个人这么做，带上喜欢的人一起，或者再加上中途交到的新朋友结伴同游）。如果在中国成都的锦里泡茶馆，就能看到那壶嘴近一米长的茶壶里喷射出水注入茶杯的奇景。如果坐在威尼斯市中心圣马可广场的最古老咖啡店“花神咖啡厅”，就可以饱览意大利历史最悠久的城市孕育的一切风土人情。如果入住毛里求斯的豪华度假村 One & Only Le Saint Geran，一定别忘了去岛屿的沙滩散步。在乘坐皇家加勒比的豪华游轮“海洋魅力”号时，可以体验一下水肺潜水[⊖]，潜到海里就不必像平时那样隔着水槽观察鱼类。你还可以去落基山登山，到阿尔卑斯山滑雪，在苏格兰打高尔夫，在上帝创造的这个世界里，去探索其他不计其数的体验。

不妨这样想象：在你体验的整个过程中，你正享受着百分百立体声的惊人三维视觉体验，而且，你遇到的是自然界和人类同时制造的产物，它展现了难以置信的触感，刺激了味蕾，让你闻到丰富多样的味道。

虽然现实由纯粹的物质性定义，它却仍然体现了所有领域最丰富的体验。它的精华是充分投入五种感觉，让整个身体着迷，捕捉思想，与物质世界建立关联，以同伴认同的仁爱道德约束自己。即使是与家人共进晚餐、泡咖啡、散步这类最平常的体验，其中也透出文化关联和潜在礼节。而这两者人们通常不够注意，值得予以关注。至于

⊖ 水肺潜水是指潜水员自行携带水下呼吸系统所进行的潜水活动。——译者注

在上述体验基础上更进一步的超凡体验，它不仅引导着我们的注意力，也唤起我们内心的响应，同时产生长久的记忆，不只持续几天、几周，而会延续到此后的几个月、几年。

无论哪种类型，这种基于现实的体验都有共同的轴线，或者说有三条共同轴线交叉贯穿于我们生活的各种画面（见图 2-1）中。它们分别是每个事件如何在实际时间中发生，事件怎样占据世界的某个真实位置，事件怎样在充斥物质实体后让我们的感官投入生活本身的原始实体中。因此，不要认为本书是呼吁放弃现实生活体验，至少不要放弃阅读商业图书。我们认为，人应该体验更多样的生活，更充分地玩味体会，更丰富多彩地度过自己的一生。

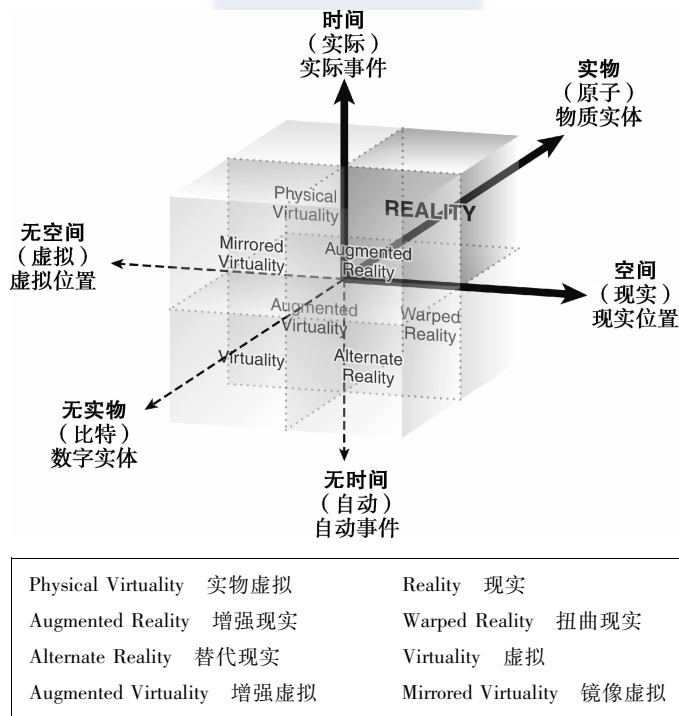


图 2-1 现实

想一想，从一杯茶到温暖的皮夹克（或许夹克的材质是 3M 公司的新雪丽），从小型咖啡研磨机到代表芬兰造船实力巅峰的超级巨轮，从蓄水的鱼池到极力将水与威尼斯隔开的移动门，这还没有包括苹果专卖店里的 iPhone，以上提到的每种体验是怎样由科技全副武装

起来的？因为已经遍布技术的足迹，生活变得与现实相差无几。对技术应用而言，问题在于我们人类要怎样驾驭自己的生活。¹

实现人类目标

我们以技术充实生活，而且一直如此，否则就不可能达到我们的目的。正如著名经济学家 W. 布莱恩·阿瑟（W. Brian Arthur）简要描述的，技术是“满足人类目的的一种方式”²。我们总是为了体验世界而设计越来越好的方式，以此满足个人和集体的目的。我们通过多种技术领域做到这点，阿瑟就是这样称呼它们的，³其中包括服装、集装箱、船只。这其中每一种都可以细分为更加具体的领域。技术强化了人类与生俱来的能力，并由此创造了价值。眼镜、显微镜、望远镜拓展了我们的视野；铲土车、拖拉机、锯子增强了我们工作的能力。邮政服务、电话、电视让我们除了面对面交谈以外也能相互联系；协议、法律、管理流程让我们有效组织起来集体行动。

今天，数字技术大潮不断提供大量机会，用惊人的新方式改善我们的生活，实现我们的目标。它让其他一切技术革新方式黯然失色，因为致力于创新的公司借助数字技术提供了从程度到类型都完全不同的全新能力。

数字化浪潮以大规模变革席卷全球经济，改变了价值/价格等式、消费者预期以及公司加快创新的能力。在这浪潮袭来以前，要学会成为弄潮儿，你的公司可能时间不足。考虑清楚怎样为了你的客户将数字技术应用于你的产品和机遇，这一点至关重要。因为已经在强调这是个有着极大空间的机会，所以请别忘了这个问题：如果技术并未用于创造人类联系这个持久不断的积极目的，尤其是并未让你目前的客户与潜在客户之间建立联系，那它有什么意义？无论对于个人还是公司，永远不要为了技术而用技术。要用技术在人的层面建立人与人之间的联系，让大家能彼此沟通，拓宽人们周围的圈子，也在人们心中的梦想之间架起桥梁。

现实领域

要用技术实现改变人们目的的意图，并且不必放弃仍然大量存在于现实这一体验领域的机会，鉴于这种使用限制，我们会在本书其余部分进一步观察现实领域内的其他三个八面体（见图 2-2）。每个都在现实中扎根，围绕空间轴线的一切元素里包括了现实位置。因此，大多数领域都会在现实世界自身之中发挥作用。看一看多重宇宙的一个支撑点——现实。将它延长后就得到了另一个支撑点虚拟：从实物转移到无实物产生了增强现实，将时间转换为无时间就生成了扭曲现实，替换这两种变量就形成了替代现实。

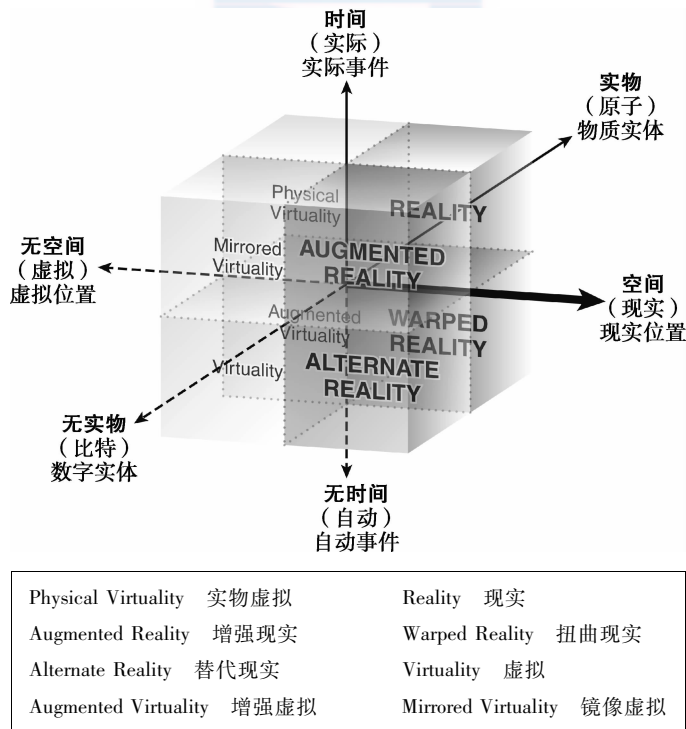


图 2-2 现实的领域

现在能确切知道的是，通过从基于现实的维度转换为基于虚拟的维度，虚拟能将基于现实的体验朝着虚拟的方向改变：对增强现实而言，是从原子变为比特；对扭曲现实而言，是从实际变为自动；对替

代现实而言，是再次转换这两者。在这四个领域内创造体验都与通过形成实际位置而展示体验有关，但此后三个领域都维持着现实对它们的感觉。它们每个都拥有一个或多个虚拟的方面。所以，它们会为发掘创造顾客价值的方式提供机会。这种提供的方式是探索数字化前沿以外的未知地域。

