

在中关村一家创业咖啡馆里，几名年轻的创业者正在讨论。他们是这条创业产业链上最底层的奋斗者，最年轻，也最具有斗志。本报记者 周青先 摄

在博鳌论坛《颠覆式创新》这场对话上，当有着“互联网斗士”之称的周鸿祎大谈颠覆式创新时，作为传统企业代表的中兴通讯总裁史立荣（中）一脸疲惫。本报记者 孟敏 摄

在中关村的一场创业投资会上，热烈的举牌场面显示出资本对创业项目的疯狂追逐。本报记者 周青先 摄



## 商界大佬集体焦虑 90后“小鲜肉”集体亢奋 “互联网+”就是颠覆吗



在博鳌论坛《互联网思维与商业本质》这场对话上，不管是传统企业代表潘石屹，还是互联网企业的代表张亚勤，都流露出在互联网时代的焦虑感。 本报记者 孟敏 摄

本报记者 李虎 孟敏  
实习生 于广芝

### 大佬的焦虑与90后的激情

这是目前中国最火爆的一条街——中关村创业大街。

200余步就能走完的这条街上，拥挤着野心勃勃的淘金客，随时准备投机的投资人、伺机而动的掮客。当然，主角少不了那些80后、90后创业者。那些更多、更小、更创新、更具盈利能力的公司，都是出自于这个年龄段的创业者手中。

“我的联合创始人周一刚跟龙永图一起录了节目。”在出发去博鳌之前，中关村创客的代表人物、时间拍卖的创始人张迪奇兴奋地告诉记者。

巧合的是，2015年博鳌亚洲论坛开场的首场论道，便是龙永图对话德稻集团董事长李卓智，讨论如何投资环保这门生意。

创客和投资人是这个时代最具有标签意义的人物群体。“没想到的是，时间拍卖受到了不少投资人和创客的青睐。”张迪奇说，在和投资人交流的过程中，发现创业者云集的这个时代，如何找到靠谱创业者成了投资人的困扰。时间拍卖网提供了一个途径，让创业者们通过竞价拍卖获得与投资人的见面机会。

这个机会也是张迪奇渴求的。作为年轻人，张迪奇在渴望成功的年纪里，希望接触更多优秀的人，却发现渠道匮乏。从事媒体行业的他尚且如此，其他行业的人岂不更求贤无门，于是张迪奇萌生了奇思妙想。“通过拍卖时间的方式，获得与更多人交流的机会。”

和时间拍卖一样富有想象力的创业者，还有“你说我办”的创始人王硕功。生于1983年的他已经两度创业，把一家网店打理到了上亿元的成交量，又充满热情地把商圈跑腿打造成了生意。

与这些神情亢奋，目标明确、行动迅速的中关村创业者们形成鲜明对比的是，在上周举行的博鳌亚洲论坛上，不管是传统企业精英，还是互联网技术大咖，大佬们集体焦虑了。

52岁的潘石屹每天还能做500个俯卧

大众创业、万众创新的浪潮中，一夜之间，“互联网+”似乎成了各行各业转型的“葵花宝典”。但近期的博鳌论坛上，一群站在行业顶端的精英人士却在论坛上大谈“焦虑感”。

他们曾在传统行业呼风唤雨、功成名就；他们是中国互联网行业的拓路者和革命者；他们被视为最具创新精神的一群人。但在这个以“快”取胜、以创新安身立命的互联网时代，陷入焦虑状态的他们在叩问：到底什么是真正的创新？难道不把别人颠覆死，或者自己不把自己颠覆就无法创新，就不能在互联网时代生存下来？企业到底该把握一种什么样的节奏，才不致于焦虑与迷失？

撑，他是这群焦虑企业家中的典型代表。

“互联网确实给我们带来特别大的冲击。”潘石屹说，2014年下半年以来，参加企业家会议，他能够感觉到有80%的企业家都是很焦虑的，剩下20%都是没思路的，没有思考就不焦虑，叫傻子快乐多。

潘石屹焦虑的背后，是SOHO中国2014年比2013年同比下滑58.2%的营业额。同时，2014年中国互联网消费产业增速超170%，未来三年复合增长率94%的增长预期，不管因何，看来俯卧撑没能解决他的焦虑。

### 听不懂创客的话，“还在这个时代吗”

潘石屹最近接触了100多家互联网企业，对这些新生代创业者谈论的东西，潘石屹眼神无助地说，有点听不懂，“我们是建房子的，用的词总是‘建设’，互联网企业用的词叫‘破坏’，还叫‘破坏性创新’”。

潘石屹的这番话，是在博鳌《互联网思维与商业本质》的分论坛上说的。参加讨论的前招行行长马蔚华虽专门提到《别拿互联网思维装神弄鬼》一文，但他同时表示自己会焦虑。

因互联网变得焦虑的不仅有互联网行业的圈外人，还有不少圈内人。百度副总裁张亚勤的状态是，“过去可以一个星期不看手机，现在每天都看，原来一个星期可以不开会，现在每天都开会”；甚至开会间隙去厕所排队都让他着急，又浪费时间的吗？

这位12岁就考上中科大少年班、获得60项美国专利、一手创办微软亚洲研究院、圈内公认的IT精英，感叹自己被互联网奴役了。他说，“现在做互联网的人都特辛苦，包括我个人也觉得很辛苦。整个生活变得速度加快了。我觉得大家都要思考，互联网也好，不是互联网也好，移动互联网带来了很大的便利，如果我们不控制它，就会被它所奴役。”

创业多年的大佬们开始变得焦虑的同时，中关村创业一条街上，90后的创业者带着各种APP和创业项目找钱、找风投，言必称创新，言必称颠覆。创业正在成为年轻人角逐的时尚和游戏。

“放在过去你根本不能想象，坐在你对面的一个90后，居然手握创投公司几千万元的投资权。”在线求职辅导平台的合伙人滕超（化名）说，在带着项目见VC的过程中屡次听对方说，希望在团队中增加90后的成员，因为90后更加了解市场需求，这让这个80后为主的创业团队觉得似乎正在被市场淘汰。美图秀秀创始人吴欣鸿也在团队中不断增加90后群体，他最怕的是，有一天，你以为你很懂这个时代，其实你已经不懂了。

两个时代的人，两种场景，两种心态、前浪与后浪的碰撞，大佬们的焦虑，与中关村创业一条街上90后的激昂斗志形成鲜明的对比，前浪是否会被拍死在沙滩上？

在博鳌的另一场对话《颠覆式创新》上，以奇虎360董事长周鸿祎、红杉资本沈南鹏、中兴通讯总裁史立荣、腾讯前CTO熊明华为代表的新老大们多次话语交锋，暗斗了几个回合。最后，主持人陈伟鸿的结束语仍继续“敲打”着焦虑者们——

“在今天这样到处充满颠覆式创新的年代，哪怕你曾经制订过再完美的商业计划，你都有可能面临失误，甚至是失败，并不是因为你的无能或是懒惰，仅仅因为你不在这个时代的发展趋势当中。”

### 迭代太快的互联网AB面

随着移动互联网发展，颠覆死亡几乎是一个量化的东西。企业家的焦虑势必增加，但这是领导企业必须面临的挑战。红杉资本全球执行合伙人沈南鹏用数据说话，1920年到1930年之间的企业在最早时候新进企业进入500强，大概在15%、18%，到了上世纪70年代、80年代，增加到了30%、40%。最近的10年，500强新进企业达到62%。

天下武功，唯快不破，互联网行业更是奉此为金科玉律。雷军互联网“七字诀”是“口碑 极致 快”，因为要求快，所以企业必然奉行狼性文化，必然是“急躁、功利、凶猛决然，见到猎物就上”，这种“狼文化”正被很多中国企业家奉为图腾，弱肉强食的“狼文化”中，互联网企业、互联网品牌都很短命。

腾讯公司前CTO、七海资本创始人、董事合伙人熊明华说，2005年中国排前五的互联网公司跟今天排前五的互联网公司完全不一样，那时候有盛大、分众、巨人等等，这个变化还是很快的。美国也是这样，10年前互联网公司排前面的和今天也不一样。

在过去的很多年里，太多的公司一夜崛起，攻城掠地好不痛快；太多的产业在最短的时间里被砍杀成一片焦土，以狼为荣的企业家们正把任何一个可能的领域都变成价格战的“红海”。急躁功利的狼文化尽头是什么？短命的中国互联网企业、互联网品牌背后又是什么？空前的功利误区又给中国公司带来了什么？

（下转B03版）