

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

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



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

博鳌亚洲论坛 2015 年年会



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幸存下来?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,又浪费时间了吗?

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,坐在你面对的一个90后,居然手握创投公司几千万的投资权。”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熊明华为代表的新大佬们多次话语交锋,暗斗了几个回合。最后,主持人陈伟鸿的结语仍继续“敲打”着焦虑者们——

“在今天这样到处充满颠覆式创新的时代,哪怕你曾经制订过再完美的商业计划,你都有可能会面临失误,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)