

创新迷失带来技术至上败局 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/353/2021_2022__E5_88_9B_E6_96_B0_E8_BF_B7_E5_c78_353733.htm 《创新的迷失》被写得像一本“ 创新技术评估报告 ”，里面一以贯之的是悲观主义者的论调。作者皮普科伯恩曾任世界知名投资银行瑞银华宝的科技战略分析专家，如今是科伯恩投资公司总裁，似乎看多了技术变革的败局，对科技不再报以热情和希望，转而以心止如水、谨小慎微的态度去面对出现的每一种新技术和每一次商业机会。可视电话？不！互动电视？不！铱星计划？不！平板电脑？不！阿尔法芯片？不！联网ISDN？不！无线射频技术？不！……在技术研发和创新者看来，皮普科伯恩彻头彻尾是一个保守主义者，他对技术的不信任似乎已到达了一种极端的程度。很少有一种技术能通过他的法眼，得到他的肯定，哪怕是时下被炒得火热，一致认为大有前途的“ 高清电视和高清DVD ”。在科伯恩这里也只能有以下的评价：“ 适应数字信号升级的预期，将进一步促使广大家庭用户考虑采纳高清电视。但是，兼容高清节目的要求真的在一瞬间变得迫切起来了吗？通常电视技术升级需要8~10年时间，所以，目前的‘ 高清电视 ’ 仅仅可以竞争‘ 最简单又最复杂的技术 ’ 头衔。” 科伯恩的评论无疑是给当前致力于高清视频技术研发和投资的人们泼了一大盆冷水“ 要冷静，不要被技术冲昏头脑 ”。这句话其实是科伯恩通过《创新的迷失》最想表达的观点。正如他在书中写道：“ 过去50年的辉煌，让技术产业变得一意孤行。随着时间的推移，技术专家变得越来越集中于创造奇迹，即使只有极少部分人能创造商

业上的成功。”话虽如此，然而这种技术的“走火入魔”或“剑走偏锋”是如何发生的呢？为什么它会变成现在这个样子？以及还有拨乱反正的可能吗？在对众多高新技术横加批驳的同时，科伯恩试图从由破而立中探索技术变革的方向，从由表及里中寻找产业发展的命脉。“在本书中，我将阐述当今科技产业中存在的2个关键问题。”不要被科伯恩一再索引的科技失败案例给吓倒，这些举例无非是想证明他对第1个问题的正确认识，即“高科技商业化失败率之高臭名昭著”。正如他在导言中写道：“一些看似伟大的新技术，商业化失败率之高却令人头痛。这个失败率与绝大多数普通人我称他们为外行对高科技持有的反感与怀疑心态密切相关。自从人类能利用科技提供的所有帮助以来，这种反感与怀疑心态一直是个障碍。”接下来，科伯恩把问题的症结归结为“科技发明者的自以为是”。“科技产业按一种固有的‘以发明者为导向’的假设而运行。这种假设是指：假如有人创造一项新的突破性技术，使成本锐减，市场自然会浮现。即所谓‘有好产品，用户自会上门。’采用新技术需要改变用户的习惯。只有当用户认为保持现状比采用新的措施更难受时，他们才愿意改变习惯。”科伯恩发现的这第2个关键问题听起来着实简单，简单得都快成了一种常识。但正是这样的常识，很多技术发明者不懂，与其说不懂，倒不如说是懒得去懂。技术带给他们的骄傲和自信足以让他们失去对生活常理的判断，对用户需求的考虑，他们只知道自己手中有技术，并想当然地以为“有技术便可以独行天下”。众多的技术研发和创新者至今依然相信，只要足够先进，足够酷，用户就会自动找上门来。可是事实并非如此：每年都有数十亿美金浪费

在莫名其妙的发明上。对于技术常常“以发明者为导向”而不是“以用户为主导”，科伯恩深有体会。“每次，科技公司的管理层尝试说服科伯恩将顾客的钱投资给他们时，往往只着眼于自己。交谈的内容不过是对自己发明创造的东西一厢情愿的憧憬。……那种良好的自我感觉，让人羡慕，然而关于这些聪明的科技工作者及其创造的奇妙魔法，用户的视角被严重的忽视了。”科伯恩所有论据都是为了证明技术变革只有以用户为主导才是正确的方向，而他就以这样的“先见”来评判许多被外界视为创新性的、革命性的、突破性的技术，这其中就包括上述提到的可视电话、互动电视、铱星计划、平板电脑、阿尔发芯片、联网ISDN、无线射频技术等，然而，它们最终都被一一否决了，理由是它们没有满足用户的真正需求。那么，未来技术企业该如何作为呢？科伯恩指出：快速建立产品原型，持续重复实验和协同设计；雇用真正的人类学家，引导需求危机并填补缺口；利用真正的观测者，在人群中尝试并强调文化改变。科伯恩的3剂良方虽各有侧重，但都是出于“以用户为主导”的目标导向。幸好，《创新的迷失》最后没有给人们再一次打击，以从此对科技心存绝望，它只不过让人们在经历了种种因为盲目、自大的创新败局后幡然醒悟技术终究不是万能的！100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com