

创新创业教育中的思维方式培养

范颖

(武汉软件工程职业学院 通识学院)

摘要: 教育的目的在于教会学生如何进行思考与选择, 创新创业教育的重点则在于教育学生具备创新精神和结构化思考问题的方式, 趋势思维的框架构成与思维模式的培养是创新创业教育的重要环节。本文通过“点、线、面、体”的分析框架, 立体的看待所处的环境, 找到适合自己的势能高点, 培养学生形成自己的趋势思维模式。

关键词: 创新创业教育、趋势、思维能力

Abstract: The purpose of education is to teach students how to think and choose, the focus of innovation and entrepreneurship education is to educate students to have the way of innovative spirit and structured thinking, the framework of trend thinking and the cultivation of thinking mode is an important link of innovation and entrepreneurship education. Through the analysis framework of "point, line, surface, and body", this paper looks at the environment in a three-dimensional way, finds the right potential energy peak, and trains students to form their own trend thinking mode.

Key words: innovation and entrepreneurship education, trend, thinking ability

吉姆·柯林斯的《基业长青》一直被众多创业者和企业管理者奉为圭臬, 该书成书于 1994 年, 列了 18 对公司, 书中主要讨论了一类是“高瞻远瞩”的公司能做到基业长青, 另一类作为对照公司做的也不错, 但相对平庸, 无法做到“基业长青”。统计的 18 家公司都是作者精挑细选出来的, 这些公司基本代表了当时各个领域里的主流公司, 距离成书时间 25 年后我们将这些公司的现状做了对比, 其中有 8 家确认基业长青, 有 2 家不确定, 有 8 家确认并没有基业长青。在这些公司中, 一枯俱枯一荣俱荣是常见的状态, 同是电气, 通用电气正在衰退, 西屋电气已经破产; 同是制药, 默克虽好, 辉瑞也一点都不差(甚至更好); 同是通信电子, 摩托罗拉和顶峰都逃离不了被收购的命运; 同是烟草, 菲利普·莫里斯和雷诺烟草均取得了惊人的收益, 外部世界趋势的发展是这些公司形成鲜明对比的重要因素。时代的进步或突然转向, 可能会无情地碾压一家公司个体的努力。PC 行业没落, 戴尔、惠普和联想们又岂能有舒适的安身之处? 能否“基业长青”与整个时代的发展趋势有着强关联关系。菩萨看因, 凡人看果, 趋势意识的形成是创新创业思维能力培养中的重要一环。

一、趋势思维的基本框架

(一) 什么是趋势

趋势, 是指事物发展的动向。我们可以把它简化成一个平面上静止的小球, 小球只要运动了, 这个运动方向就是趋势。那么, 我们该如何让小球产生运动呢?

让小球产生运动有两个方法:

1、由外力产生的运动

大家在中学都学过牛顿运动定律, 力是改变物体运动状态的原因。要让平面上一个静止的小球运动, 就需要对它施加一个外力,

在外力的作用下, 小球就会朝外力的方向产生一个加速度并开始沿直线运动, 这就形成了运动趋势。那么哪些是创业过程中的外力? 热点、重大新闻、科技突破、黑天鹅事件等都是突发性的外力。

2、由势能差导致的运动

势能有很多种类, 其中最常见的是重力势能, 物体的位置越高, 势能越大。而物体会自然的从高势能的地方往低势能的地方运动。比如水往低处流, 电子在静电场中由高势能处往低势能处运动等。因此, 当倾斜平面的时候, 小球就自然会从高势能位往低势能位, 所以趋势是结果, 它不会无缘无故的产生, 要么受外力影响, 要么存在势能差。

那这两种方式哪种更好呢? 首先我们分析外力, 一旦产生外力的重大意外事件发生, 你就得去了解它可能会产生什么样的趋势, 然后跟随进去, 赚取趋势红利, 这也就是我们平时说的追热点。这种方式存在 2 个问题, 一是不知道什么时候来, 从哪个位置来, 这个很难预测, 只能等。二是即使来了, 你也不知道它未来究竟会如何发展, 往往重大事件之后还有重大事件, 也许一开始看上去是好事, 但是结果却越来越糟糕。所以, 外力确实会产生趋势, 蕴藏着巨大的机会, 但由于这种外力的不可预知性, 以及未来发展趋势难以捉摸的特点, 我把它归属于风险偏好比较激进的一类, 更像是一种投机, 在教学中我一般不推荐这种方式。其次是势能差, 寻找势能差, 其实就是在主动寻找存在不公平竞争的地方, 然后成为高势能的一方, 顺势而为, 用“不公平”的方式赢得胜利。就像站在山上和山下的人打仗一样, 在万仞之巅推下千钧之石。通常只要找到有势能差的地方, 并加入到高势能的一边, 你就能分得这份趋势红利。

势能差一共分为四类:

第一类 效率势能

效率越高，势能就越高，其中又分为3类可以提高效率的方法，优打劣、快打慢、廉打贵。

(1) 优打劣

这里的优劣主要指的是品质。两双一样的鞋子放在你面前，你自然会选质量做工更好的一双，甚至愿意支付更高的价格，就是因为好东西自然拥有更高的势能。创业的过程像是把千钧之石推上万仞之巅，然后在山顶上，把石头推下，将势能转化成巨大的动能。这块石头就是你的产品，产品质量越好，推上的山就越高，就能获得越大的势能，营销只是减少你下行时候的摩擦力，渠道是拉长你的下行坡道，让你的石头能够滚得足够远。

(2) 快打慢

也就是我们经常说的“天下武功唯快不破”。速度越快，能量越大。别人还没反应过来，你已经做完了，对手和你的差距就显现出来了。

(3) 廉打贵

同样的东西，品质一样，价格更便宜的自然会受到消费者的青睐，也就是说在竞争中拥有更高的势能。360的崛起就是直接靠免费吸引到了大部分用户。

第二类 规模势能

《孙子兵法》里有一句话“故善战者之胜也，无智名，无勇功”，意思是真正会打仗的人，他们的功绩都是看起来很平常的，因为他们都是通过以大欺小，以强胜弱的方式去碾压对手获得战争胜利的，根本没有什么惊心动魄和曲折离奇的故事，战争还没开始，胜负已定。那些以弱胜强，以少胜多的故事广为流传，是因为这样的案例实在太少了，而真正优秀的选手是不会让自己处于以少打多这种不利的位置的。

第三类 认知势能

高级文明打低级文明，我懂的你不懂，用新模式、新科技进行降维打击。柯达曾经世界上最大的胶卷公司，诺基亚曾经世界上最大的手机厂商，同类产品根本不可能是他们的对手，但他们最终倒在了更为先进的数码相机和智能手机上。规模优势怎么破？就是用认知势能碾压。

第四类 引力势能

就是某个事物，能够像拥有引力一样的吸引周围的事物，让他们成为自己的一部分的能力，类似一个黑洞一样的存在。比如拥有网络效应的平台型公司，腾讯和阿里都是类似的平台型公司。这种公司拥有一个互相增益的双边市场，用户越多就会吸引更多的商家来到平台，而更多的商家来到平台，就会吸引更多的用户来平台购物。城市化也是引力势能的一种。城市越大，人们分工协作就会越细，医疗、教育、交通等公共服务就会越健全，人口越多，就会有更多的商家愿意进入这个城市为人们提供服务，进一步带来更多的就业机会和创业机会，这些又进一步吸引更多的人来到大城市发展。

二、趋势思维的形成

我们可以从“点、线、面、体”四个角度来观察趋势。点可以指个人，或者某个单一产品。线指一个小公司，也可以指大公司里的一条业务线。面指平台型公司，或者生态型企业，比如阿里巴巴、腾讯。体指时代、行业、新的经济体。点自身唯一能把握住的是认知势能，其他基本都不具备，线可以拥有效率势能和认知势能，势能比面小一个数量级，比点高一个数量级。规模势能和引力势能是面和体独有的，而体的势能比面高出一个数量级。

(一) 充分发掘自身优势让自己成为高势能

一个人的力量是有限的，所以绝大多数人会选择以打工的方式加入一家公司，然后做一个勤奋的“点”，希望通过自己的努力，改写自己的人生轨迹。但很多人往往只关注眼前的一亩三分田，缺乏对线面体的关注。忽略线面体，只是做一个勤奋的“点”，成功率其实是很低的。作为一个初创型的小公司需要靠好的战略，并发挥效率势能和认知势能来执行战略。小公司无法具有规模势能，所以通常选择在大公司瞧不上的某条业务线上，通过集中的效率势能，快速将效率势能转化为用户规模，建立起自己在单一业务上的势能高点，再以这个为根据点往外衍生。这个方式的关键在于速度，等大公司反应过来的时候已经来不及了，也可以称为单点突破。小公司在某些业务上有核心技术优势，通过认知势能直接攻击，这个叫高维打击，但这种机会并不多。所以，小公司想要战胜大公司，或者在市场中撕开一条口子，就得靠优秀的战略，选择一个细分市场，找到一个相对的势能高点，执行上把效率势能和认知势能发挥到极致，迅速形成自己的局部规模势能优势。

(二) 依托高势能的“线、面、体”来寻求突破

两个记者，写一样的东西，一个放在今日头条上，一个做成大字报贴在电线杆上。一个可能一天就能获得上百万的流量，另一个可能连被别人看到都难。为什么两者之间会有这么大的区别，这个就是赋能，他们这个“点”直接附着在“面”上，比如知乎、微信、淘宝、抖音，这个面又附着在一个正在快速崛起的“体”上，也就是移动互联网。体和面一起给这个“点”赋能，给他提供海量的客户资源，给他提供数据支持、技术支持等，让这个点拥有了规模势能、效率势能，相当于是把点的能力给放大了成千上万倍。

三、总结

趋势是影响人生发展的一个大变量，我们要通过“点、线、面、体”的分析框架，立体的看待所处的环境，找到适合自己的势能高点，或成为他们，或想办法让他们为你赋能。绝对不能忽视它，我们的思考应该从选择附着在哪个面上入手，分析这个面有没有势能？这个面在和谁竞争？这个面又是在哪个经济体上？这个经济体是在快速崛起，还是沉沦？创新创业教育的目的不仅仅是教学生去学习创业过程中的知识，更重要的是培养学生思维方式，站在势能高点，也许我们并不知道未来的趋势会去向哪里，但学会思考、选择，拥有信念、自由这是教育的目的，让自己的思考与趋势融合在一起，成为未来的一部分。