7:08 ឌ଼∻ା⊫ ⊃ 98% \leftarrow 30 产品连接客观世界、 过去与将来

30 产品连接客观世界、过... 4.28MB 梁宁亲述

 $\underline{\downarrow}$

-晃到了最后一节课,我们聊聊天吧。 我的好朋友李学凌曾经有个签名档,

可以翻译为"做东西,改变东西"。 另外一个好朋友王兴也曾经有个签名档,

是 "make things, change things"。简单

"create as god,work as slave" 可以翻译 为"像奴隶一样去工作,像上帝一样去创 造。"

因为我非常喜欢,所以一直记得。

这都是他们很久很久以前的签名档,但是

是一个产品经理的人生。

因为这两句话,"做东西,改变东西","像

奴隶一样去工作,像上帝一样去创造" 就

该具备的概念点和思考框架。

应罗胖和脱不花之邀,很高兴在得到上做 这套产品课,讲了作为一个产品经理,应

改变现实、优化世界的人。

中国有更多产品经理,有更多动手工作,

但可能我个人的心愿还不止于此。我希望

海中之盐

我讲一个盐的故事。 1914年冬天,有个年轻人叫范旭东,他独

-个人到了天津塘沽。塘沽靠海,海滩

上一片白,但那不是冬天的冰雪,而是

你想象一下那个景象:无人的海边,海里

的盐一坨一坨凝结在沙滩上,放眼望去白

范旭东是湖南人,他看到这一幕非常激

动。日后他对伙伴说:"一个化学家,看到

这样丰富的资源,如果还没有雄心,未免

咱们国家有漫长的海岸线,但是几千年来

咱们的祖先一直都没盐吃。古代盐就是

钱,钱镠、程咬金都贩过私盐,《金瓶

梅》中西门庆赚的最大一笔钱是从盐上来

但是这些盐,这些钱,就这样像冰雪一样

堆在沙滩上。 为什么面对资源却不能处

理? 任何一个学过高一化学的人,如果穿

越回古代,都可以找个无人的海岸,从大

而就生活在海边的渔民,是古代最惨的

人, 他们只认识鱼, 而不知道在身边滚滚

而来的海浪里,就有盐,就有资源的本

缺乏专业化视角和专业化能力会导致什么

仅从产品结果看, 我们中国人一直吃土法

制作的粗盐,盐氯化钠含量不足50%。当

时西方发达国家已经明确规定,氯化钠含

量不足85%的盐不许拿来做饲料。因此,

直到1915年范旭东开办久大精盐公司,中

中国人吃到像回事的盐,才刚刚100年。

今天我们中国人对自己美食真实的自信,

但是100年前连像回事的盐都没有,更谈

所谓自信是在不断的创造与反馈中建立

我们不谈过去60年或者20年,互联网对这

7年前的2011年,有两个重要的产品,微

信和小米手机。微信的意义是什么,对于

1. 它开启了低端智能手机的市场,直接推

2. 小米的极致化单品。创始人社会化网络

粉丝经济的系列爆发,开启了中国的新

这7年,因为智能手机的普及,微信这种

超级应用的拉动,中国8亿人成为了高频

基于移动场景的商业020、新闻、娱乐都

在重构。很多人学习小米的爆品策略,推

出的网红品牌层出不穷,例如社会化营销

的网红奶茶、网红洗发水、网红内衣、网

今天你已经习以为常,成为生活依赖的应

用,放到7年前,其实统统都是还没有

你有专业化视角,你有专业化能力,你可

以从大海里取出盐,你可以在一间会议室

里做出微信,你可以在一个小屋子里定义

出小米手机。自此,无数人有了不同的机

产品经理的荣耀。

前一段我和雷军、曾鸣都做了深度沟通,

大家的共识是: 互联网时代结束

了。2018年以后,新公司应该是以互联网

这些年,新品牌已经冒出来很多了,但是

一定还会更多,还会更强。我坚信下一个

时代,由中国原生的品牌一定会像宝洁、

为什么我有这个信心?大家有没有注意,

美国网红品牌没有中国多,因为美国没有

美国的消费升级,是由现在已经成为国际

大牌的这些企业主导完成的。 它们借助了

美国的内需和工业能力,建设了企业对用

户的服务能力,借助资本能力、设计能

在上一时代,国际大品牌碾轧中国消费

品、快消品、日化品的时候,因为我们资

本能力、设计能力、心理优势、产业链掌

但是今天时代变了,整个中国商业的基础

淘宝一个90后女孩创立的网红女装,一个

公司400人,充分使用社会化网络协同,

雷军、杨元庆、余承东这些国际化先行者

的竞争擂台,已经到了在印度市场论输

赢,在印尼市场较高低,在巴西在北美分

今天的中国不少领域的产品人,在中观套

路、在微观体感、在宏观视野,都已经不

如果你抛开惯性化的仰视和妄自菲薄,我

们客观评估一下,曾经横吞了整个中国日

化、消费品类的那些国际大牌, 你会感受

我们一定会孕育出下一个宝洁,下一个雀

这是我为什么要分享这个课程的原因。

不管是20年前我在联想,亲历联想如何同

时打败四五十个国内品牌和十余个国际大

还是今天我站在这里讲,怎么从零做一个

产品,怎么拥有第一个用户,怎么与用户

20多年来,我从来都没有改变过,对我们

自己的创造力,对我们自己做东西能力的

100年前中国人对中国美食有自信吗?那

就好像1997年,或者2007年一样,站在

一个新的机会窗口, 我相信这又是一个中

这是另外一个伟大的时代,你我,都不应

看到时代的浪潮,不再抱怨波涛滚滚的凶

不需要哀怨自己没有出身背景,没有干

爹,在这个时代,只要你拥有一个用户,

89

请朋友读

愿你拥有专业化视角和专业化能力。

险,而能看到大海的本身就是资源。

写留言

输于那些国际大厂的产品经理。

到中国还在孕育奇迹。

巢,下一个ZARA。

牌,成为中国第一的过程。

连接,怎么在用户驱动里迭代。

会儿连像样的盐都没有。

国原生品牌井喷的时代。

该置身局外。

Aa

愿你伟大时代,置身局内

信心。

一年可以做到20亿的交易额。

力、心理优势,快速实现全球化。

为基础设施的科技公司,新品牌公司。

会,无数人的生活因此改变。

中国产品的大航海时代

雀巢一样走向全世界。

消费升级。

控度全面低微。

胜负。

能力,发生变化了。

一年2012年,被定义为中国的移动互联

动了中国智能手机的普及。之后的

的。盐是如此。互联网也是如此。

个世界的优化,只谈最近7年。

产品能力,大海取盐

每个人都有体会。

网元年。

品牌浪潮。

的网民。

红面膜等。

的。

小米手机有两个意义:

有西方人讥笑我们是"食土民族"。

国才做出了95%以上纯度的盐。

盐。

茫茫一片。

太没有志气了。"

的。

身。

呢?

何自信。

海里取出盐。



爹,在这个时代,只要你拥有一个用户, 你就拥有了一个开始。

愿你能够使用这套方法,建立自己的动手 能力。动动手,你所在的小世界就会优化 一点点。

愿你在这个时代,把握真正属于你的那个机会。把你一生积累的认知、审美、好恶全部用上,为这个世界提供一个不一样的产品,向世界交付你的价值。

愿你拥有自信、财富与荣耀。

让我们相信, 明天会更好。

得到App最新版本增加了大师课红包分享功能,你可以 更新到最新版 ,点击文稿下方的"请朋友读"的阅读红 包按钮 ,请朋友免费学习本讲内容。



今日得到

【产品连接客观世界、过去与将来】

互联网时代已经结束了。

2018年之后,新机会属于以互联网为基础设施的科技公司、新品牌公司。

中国原生品牌井喷的时代,愿你置身局内。

《梁宁・产品思维30讲》 「得到」App出品·大师课



梁宁・产品思维30讲

从第一个用户到第一桶金

版权归得到App所有,未经许可不得转载

