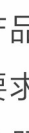


# 29 人生逻辑大于商业逻辑

梁宁

昨天



29 人生逻辑大于商业逻辑

13:19 6.24MB

↓

梁宁亲述

这是我这套课的倒数第二讲。一晃到了尾声，我还有点不舍的感觉。

产品能力是现实的、功利的能力。做产品要求你判断客观条件和机会、盘点资源、按照用户体验的方式，有层次地整合起来，向世界交付价值获得报偿。

在这一节课的时间，我想和你分享一下我的一些观察和感受，就是：

**人生逻辑大于商业逻辑。**

我为了把课串起来，做了一套扑克牌。那就会面临问题是谁是大王小王？

刚开始，我想用“点线面体”做大王，“依赖”做小王。

“点线面体”的战略选择，属于宏观能力，打大仗，靠的得是宏观视野、势能的使用和趋势的把握。

但心里还是有些不确定，和很多朋友沟通后，最后选择“确定性”做大王，“依赖”做小王。

## 雷军和“风口论”

为什么次序是这样的？

不得不提雷军那句广泛传播的名言：“**只要站在风口，猪也能飞起来。**”

这些年，风口论成了最著名的成功学。抢风口几乎成了创业的规定动作，你在不在风口上成了所有资源方判断你的标尺，成了社交场面里介绍每个人必须有的一个标签。

不过，我给我的女性朋友们创业建议时，我的说法是：“**女性创业，不要抢风口。**”

抢风口，背后的一个核心能力是抢资源的能力：争夺最好的团队，争夺最大笔的投资，争夺公众最大化的关注，争夺合作伙伴最优质的资源与配合.....

争夺这件事上，基本上女性的能力是弱于男性的。

男生从小就会有推推打打的游戏，踢足球、打篮球，与人协作去争抢一个东西，甚至经常磕蹭受伤，所以从小就习惯争夺。

而女生从小玩的是安安静静游戏，对如何主动去争夺，如何组织团队去集体争夺，甚至在争夺过程中，自己与队友如何应对有意无意的碰撞与伤害，几乎是完全没有概念的。

很多人看到一个资本的风口，觉得自己有认知能力，有一些所谓的资源，有不甘心于人后的心气，就冲上去。但其实对“争夺”这件事，无论是历史训练，还是心理准备其实都是不足的，很难不败下阵来。

2014年到现在，咱们看到了几次风口，O2O上门服务、打车大战、外卖大战、网络金融、共享单车.....

**所有的“风口争夺战”挺到最后并飞上天的那个，其实真没有谁是碰了运气的猪，全部是创业了好久，磨练了好久的老手。**

雷军会说这句话，其实是因为他曾经是个内心非常骄傲的人。如果你当自己是一只雄鹰，就不需要依赖风，不论自己做什么随时随地都可以成功。

但是，2007年金山上市，对一般人来讲已经非常成功了，而雷军却郁闷得要死，因为这不是他要的大成。

所以他做小米时谈飞猪理论，把自我矮化成一头猪，时刻提醒自己：**我个体能力只能达到这个点，如果我想大成，需要依赖机会、环境、势能。**

我们上一课谈了中观、微观、宏观能力，就能否大成要靠宏观能力，个体的能力之于机遇其实微不足道。

## 确定性和不确定性

宏观能力、点线面体的战略选择当然很重要。但是它是最重要的吗？

当你对自己根据“点线面体”做了一个宏观判断，是否真的能不论自己准备是否成熟，内心是否确定，就冲到那个风口去？

我想讲一个我自己的故事。熟悉我的一些朋友都了解，2016年我差点和一个投资界的大佬一起做一个母基金。折腾了近一年，连第一笔钱都筹齐了，最后我还是选择不做了。这个过程很狼狈，算我人生的教训之一。

我选择做母基金肯定是点线面体的战略选择，合作伙伴T先生是业界资深人士，我们之间有很多共同的朋友。母基金又很高端，算是一个上流社交圈，客观来讲我应该做这件事。

接着，就要抛出这副扑克牌的王牌“确定性”和作为红桃K的“不确定性”。

说“确定性”和“不确定性”之前，我说一下马云的组织观：

三级组织是共同规则。一般的公司职员、学生、生产线的工人、军人、犯人都是共同规则管理。

二级组织是共同利益。平时管士兵是共同规则；打仗要攻城了，谁先进城有赏，这算一种共同利益。老板和员工之间，是共同规则；和股东之间是共同利益。

一级组织是共同信仰。共产党早期的故事，就是有信仰的组织。

顶级组织呢？是至情至性。

桃园结义是中国最美的图景之一。我算了一下时间，他们三个人从公元184年起兵征讨黄巾军，到公元214年入蜀建立了自己的稳定地盘，整整30年一直在四处征战，没有根据地。

刘备三顾茅庐去请诸葛亮是公元207年，隆中对的重要性在于确定了天下三分的战略。

刘关张三个人在没有清晰战略，一直辗转征战的情况下合作了23年。23年，一直都在不确定、受挫的状态里，核心团队没有散，我们扪心自问一下这有多难？这真是至情至性。

所以我为什么没和T先生做母基金？因为母基金周期较长，至少10年。我和T先生至情至性肯定谈不上，共同信仰好像也没有，剩下的就只有共同利益。

10年，充满了各种不确定的冲击，我们对彼此的价值和利益的认定，一定会有分歧。这就是一个极其脆弱的合作。

我知道母基金是符合点线面体的好选择，但是我对我和T先生的关系没有确定感。于是我没有办法因为一瞬间看到了一件事的好，就把自己交给这个很脆弱的关系，一起面对未来10年的不确定。

这其实是我把“点线面体”变成了黑桃K，而把“确定性”做成了大王的原因。

世界是多维的，到处是此起彼伏的点线面体，各种机会呈现出的就是各种变幻，各种不确定。你会因为对于机会和利益的判断，而在各种不确定中坚持多久呢？

那什么样的人、东西、感觉会给你确定感，让你觉得可依赖，其实是极其重要的。为什么有人画秘密花园填色图会觉得治愈？有人做饭会觉得治愈？因为这些都是有确定感的东西。

对一个产品的使用，对一个人的关系。持续收到确定感的反馈，就会觉得安全，觉得可以依赖。如果突然变得不确定，就会有被伤害的感觉。这也是网站不要轻易改版的原因。

**我们的课是产品课，是否符合点线面体的大趋势，固然是大成的标准；但如果你无法持续输出确定感，无法让人依赖，其实连小成都达不到。**

## 点线面体VS确定性依赖

说完确定性，那什么是依赖呢？依赖是一种真实的长期关系。

你观察你的父母，你身边的伴侣，你认识的创业合伙人，谁是完美的？他们之间有没有抱怨、不满？肯定的。他们之间有依赖吗？有的。

所谓“完美的产品”“极致的产品”就像“完美的人”一样，只是一种追求，但世上并不存在。**重要的不是完美，而是对方要的那个东西你愿意不能提供，对方愿意不愿意**





存在。重要的不是完美，而是对方要的那个确定性你是否还能提供，对方是否还依赖你，这才是关系的关键。

就好像我们对我们的父母，当我们不依赖他们，即使千恩万谢，也是会离开。产品和用户之间也是如此。

所以，红桃K是“不确定性”，它是生活的一部分，是我们不能畏惧，需要勇敢拥抱的东西。黑桃K是“点线面体”，是宏观格局的判断，是你做人生选择题时可以采用的思考框架。

而大王是确定性，小王是依赖。这就是我们最后确定的4张牌。

如果你内心没有“确定感”，如果没有人依赖你，你也没有人可以依赖，点线面体、价值网、三级火箭这些创新战略，即使你看到了也是空无而不可持续的。

——◆ 本讲小结 ◆——

所以，为什么会有很多企业，很多事看上去可以做、应该做，但没有做，这就是“非不为也，是不能也”。成功学给出的逻辑虽都很对，但是我实在是干不来。

其实正确的做法就是，自己真实能做到的。

商业是以利润为中心，人生是以意义为中心。

商业并非人生的全部。人死前盘点自己的一生，其实没有人看这一生赚了多少利润。

做你有内心确定感的事，人生逻辑大于商业逻辑。

今日得到

【人生逻辑大于商业逻辑】

商业是以利益为中心的，人生是以意义为中心的。

“点线面体”的战略选择固然重要，但正确的判断不一定就是你的机会。

《梁宁·产品思维30讲》  
「得到」App出品·大师课

点击图片可以分享

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。

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

留言精选

写留言

提交留言可与梁宁互动