



创新的气质

胡钰

作为全球唯一的超级大国，美国有很多独有的优势，但最值得欣赏的、也是最有价值的特色，是其强烈的创新气质。多次访问美国，每次都会为其创新气质所感染。2017年9月，我再次访问硅谷和西雅图，再次感受到这种创新气质的影响与魅力。

走访了两家做显示技术的初创公司，一家是做同屏多显的技术，一家是做裸眼3D呈现的技术。两家公司的共同特点是，几个年轻人待在一间大房子里，安静、专注地做着自己的技术。面对我们这些外来的参观者，他们没有什么接待礼仪，没有什么客气寒暄，甚至也没有茶水矿泉水，坐下来就给你演示技术，直奔主题。当看到在同一个显示屏上基于不同观看角度可以得出不同图像时，我不禁打趣道：“这个技术好啊，可以解决许多家庭看电视时需求不同的矛盾！”开发者同意我的说法，又告诉我，家庭看电视可以用，多人游戏可以用，户外广告牌可以用，其用途是很广阔的。当看到在手机上演示出的立体效果极强

的《阿凡达》片段时，我对作为主要开发者的清华师弟表示了由衷的赞叹，他揉着有些发红的眼睛笑着说，这个技术是与众不同的！

“与众不同”这个词在硅谷表现得很突出。想当年，乔布斯重新回到苹果公司工作，推出了著名的广告《Think Different》，片中对那些与众不同的人表达了极强的尊重，因为这些人真正改变了世界、创造了新事物。此次访问期间，适逢苹果推出新品 iPhone 8，当天我走访了苹果总部。在大厅里看到了乔布斯年轻时伏在苹果台式电脑（Macintosh）上和后来手持苹果笔记本电脑的大幅照片，看到了墙上刻着他的一句话：如果你做了一件不错的事情，你应该去做新的更好的事情，不要在过去的的事情上停留太久，永远考虑下一个。看得出来，乔布斯及其创新精神已经成为苹果公司的灵魂。

在访问斯坦福大学的 D-school 时候，一位任课教授给我们做了充满激情的讲解，介绍如何培养学生的设计创新能力。我印象很深的是，他说

我们不让设计汽车等具体的东西，而是设计具有某种功能的东西、设计创新（Build something. Design innovation.）当我问他如何定义设计思维（design thinking）时，他拿出一张纸，画了三个彼此相交的圆，分别代表用户需求、技术可行性和商业价值，而设计思维就居于这三个圆共同相交的区域。他还特别解释，工程师、商人等不同的群体居于这三个圆中的不同区域。我指着三个圆重叠的最中心区域打趣地说：“乔布斯一定是在这里吧！”未曾想，他立刻迅速而清晰地说：No！然后把手放在这张图最中心区域的上方说：“乔布斯在这里！”在他看来，乔布斯具有非凡的创新洞察力，能够把握创新方向，把创新做到极致。

在西雅图的波音公司总部参观时，一进大门就看到比尔·波音的一句话：不应以“做不到”否定任何一个新想法。波音公司创建于1916年7月，去年刚刚庆祝了其百年诞辰。公司引以为豪的就是变不可能为可能。（We've been making the impossible, possible.）在参观其各种产品时，在解说语中看到的、听到的最多的词就是创新（innovation）、创新的（innovative）、创新者（innovator）。围绕波音787梦想客机，公司展示了许多创新理念，比如：对于创新者来说，困难就是机遇；创新已经成为波音公司的基因；要问大问题，等等。给我们担任讲解的一位黑人妇女也是充满了自豪感和

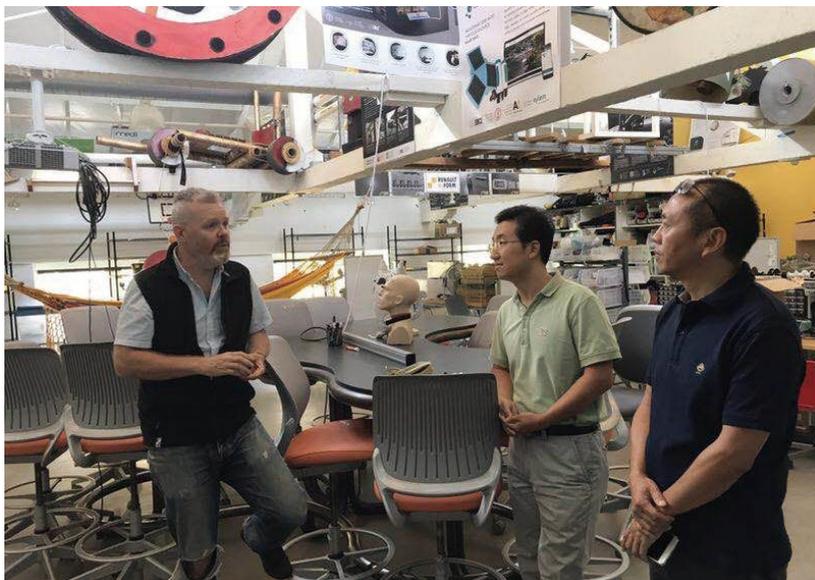
激情，不时对公司产品的各种技术和性能表示出发自内心的赞叹。事实上，对于波音来说，改变规则的创新永远是公司的核心理念。

历史学家哈罗德·埃文斯2004年曾经写过一本书《美国创新史》，介绍了美国两个世纪以来最著名的53位伟大创新者，其创新产品从蒸汽机到搜索引擎。在他看来，创新“已经成为美国的一种独特品质”。

“理解什么是创新、如何创新，是21世纪一个至关重要的主题。”书中从政治、文化、商业等许多方面对创新规律进行了总结，很有价值。我以为，最重要的一个结论是：“创新的历史教育我们，最伟大的创新是不可预见的。”这就告诉我们，对于社会来说，要更多地拥抱少数人的与众不同的想法；对于个体来说，要更多地提出与众不同的想法。

记得此行在走访斯坦福MediaX时，其负责人详细介绍了其如何组织产学研资源共同开展创新，其核心理念是要拥抱模糊（embrace ambiguity），同时强调，他们在选择合作伙伴时，希望对方一定具有开放心态。

记得此行在谷歌总部参观时，看到了在公司里打沙滩排球的员工，还有许多人坐在阳光下喝着咖啡聊天；在公司食堂吃午饭时，看到了亚洲、美洲等不同国家的食物；陪同的在谷歌工作的校友开心地介绍公司提供给每个人的20%自由时间，在这个时间段可以做



参观斯坦福 Dschool

自己希望做的项目而不必受硬性规定。其实现在谷歌的很多创新项目都是源于这20%自由时间。

记得此行在与 Facebook 的一位高级管理人员交流时，他谈到公司的创新理念正在发生改变：过去是让世界更加开放与连接（more open and connected），现在是让世界更紧密（bring the world closer together）；过去是仅关注信息传输的效率，现在还要考察信息内容的真假。

此行看到了第二届全球创新学院（Global Innovation eXchange institute）创新大赛决赛，看到许多来自不同国家的青年学生参与这一平台，在其中共同进行创新探索。最终“阿兹海默症患者的步行助手比利（Billy）”项目获得一等奖。全球创新学院和创新大赛是一个跨文化、

跨时代、跨学科创新的平台，具有鲜明的问题导向和融合特征，清华大学与华盛顿大学对此都高度投入。

此次访问期间，我还应邀在硅谷创新频道做了题为《文化创意在中国》的演讲，其间我提出，科技创新解决物质世界的问题，文化创意解决精神世界的问题，两者结合会让人类社会更加美好。从现实看，后者的需求更加旺盛。

从人类发展的历史趋势看，我们已经进入了一个崭新的创新驱动的时代。当创新成为一种社会氛围、一种生活方式时，生命个体的创造力、社会整体的创造力都会极大地被激发出来。从 think different 到 live different，热情接受多样性，积极创造差异性，正在成为时代的创新气质。由此，人类社会的丰厚感与幸福感也会越来越强。☞