

未来时间使用手册

作者：[日]松冈真宏 著；张瑞婷 译

未来时间使用手册

[日]松冈真宏 著；张瑞婷 译

版权信息

书名：未来时间使用手册

作者：[日]松冈真宏

译者：张瑞婷

书号：ISBN 978-7-210-09789-1

版权：后浪出版咨询（北京）有限责任公司

目录

[时间资本主义时代即将到来](#)

[第1部分 时间资本主义的到来](#)

[第1章 制约人类的最后一个因素——时间](#)

[只需漂洗一次的洗衣液](#)

[永远也无法造出的“时光机”](#)

[时间制约因素与金本位制](#)

[为什么“想要更多时间”](#)

[工业经济时代，时间毫无个性](#)

[IT时代改变了时间的刻度](#)

[“大块时间”与“碎片时间”](#)

[勤奋的精英面临时间破产](#)

[附加值时间与商品化时间](#)

[第2章 时间价值经济学](#)

[什么是时间资本主义](#)

[价格是如何决定的](#)

[时间资本主义经济学](#)

[时间的价格](#)

[第3章 如何实现个人时间价值的最优化](#)

[平均喜好瓦解的营销新时代](#)

[大趋势：省钱不如省时](#)

[两个方向：“时间的高效化”VS“时间的舒适化”](#)

[要个性化，还是要定制？](#)

[空间的扩展及分享与时间价值](#)

[第2部分 商业新思维：关于时间的商机](#)

[第4章 时间可以零售](#)

[“碎片时间”×“智能手机”=“时空业务”](#)

[把时间切开卖](#)

[时间与空间的配套销售](#)

[时间也可以拍卖](#)

[第5章 选择的时间：高速运转的“风口”](#)

[信息策展是门好生意](#)

[口碑赢得一切的“招牌型”服务](#)

[迪士尼乐园启示的未来商机](#)

[专门介绍“招牌”的商家](#)

[消费两极分化的新常态：舒适化和高效化](#)

[第6章 移动的时间：即将到来的新商机](#)

[交通业从高速化走向舒适化](#)

[各种交通工具的商机](#)

[充满想象的物流业前景](#)

[第7章 交换的时间：有待探索的蓝海](#)

[交换，寻求高质量的相遇](#)

[促进交流的文创产品才能获胜](#)

[第3部分 你的时间价值是如何决定的](#)

[第8章 谁是时间的主人，谁是时间的奴隶](#)

[哪一小部分人将掌握巨大财富？](#)

[陷阱：埋头苦干只会沦为时间的奴隶](#)

[越是没时间，越是要与人见面交流](#)

[时间资本主义时代的赢家和输家](#)

[第9章 公私融合的时代](#)

[时间资本主义下，公私的界线越来越模糊](#)

[时间价值高的人不断将“私”融入“公”](#)

[低附加值的工作越来越不值钱](#)

[未来属于自由职业者](#)

[第10章 时间价值与生产率的真正关系](#)

[创造生产率碾压劳动生产率](#)

[乔布斯可遇不可求](#)

[每个人都可以发挥创造力](#)

[提高时间的品质](#)

[第4部分 提高时间价值——空间、时间和未来](#)

[第11章 超越时空](#)

[创意型人才为什么喜欢扎堆](#)

[时间资本主义时代，城市只会更大更挤](#)

[虚拟空间代替郊区的豪宅](#)

[住在郊区就无法奢谈生产率](#)

[第12章 巨型城市的全盛时代](#)

[与富人比邻，你的收入也会提高](#)

[除了超级城市，你别无选择](#)

[单极集中城市将会怎样](#)

[“模块化”的企业才有未来](#)

[把风险交给外包公司](#)

[劳动密集型企业不必留在大城市](#)

[第 13 章 “回忆的总和”造就深远社会](#)

[老龄化社会流行什么？](#)

[“埃及型”和“罗马型”，你选择哪种生活方式？](#)

[“认真”与“不认真”：推动社会发展的两种力量](#)

[时间资本主义时代，我们该怎样看待未来](#)

[用自己的时间画一幅印象派的画](#)

[时间资本主义时代的蓝图](#)

[后记](#)

[参考文献](#)

[出版后记](#)

时间资本主义时代即将到来

人们迈入 21 世纪已经过了十几个年头，世纪初出生的婴儿已经成了初中生，即将跨入本书介绍的“时间资本主义”潮流之中。

这十几年期间，无论是企业还是消费者，他们的行为模式都发生了显著的变化。

就企业行为而言，日本企业间的兼并和收购成为普遍现象。并购数量从 20 世纪 80 年代的每年 200～300 宗，到 90 年代中后期升至每年 1 000 宗以上，有些年份甚至超过了 2 000 宗。

企业的经营者选择收购其他公司都有着同一个理由，即比起自己从零做起，收购现成的企业来得更快，他们将此解释为“花钱买时间”。原来时间的价值对企业来说已经变得如此重要。

消费者也更珍惜时间了。过去，通勤电车里有人看报纸杂志，也有人望着窗外发呆。而今天，车厢内几乎所有人都在不停地用拇指或食指滑动着手机屏幕，有发邮件的，有浏览社交网站的，有玩游戏的，也有在搜索引擎上查找资料的。

在医院候诊室里，电车站内，路边餐馆中，到处都呈现出和电车车厢里一模一样的情景，仅仅是换了个不同的空间而已。消费者希望随时接收外部的信息，更积极地利用好时间，但人们也陷入了另一种危机：失去了看似没有意义的发呆时间。加入会员微信 whair004

本书的目的不是从负面批判这些企业或消费者的行为，也不是宣扬怀旧主义，呼吁人们重拾过去的企业行为准则或人情味儿。人类从原始的自然状态，借助各种工具和思想来修正和改变自己的行为模式，无论在物质上还是在精神上都逐渐富足起来。随着外界条件的变化而相应变化，这才是人类的进化之源。在这个意义上，21 世纪以来企业行为和消费者行为的变化，说不定也是人类新一步进化的萌芽，不应该对其进行负面批评。

但另一方面，我们需要弄懂企业行为和消费者行为出现这些变化的原因，并以此为基础去预测未来，这也是人类与生俱来的本能。

英国哲学家霍布斯（Thomas Hobbes）在其著作《论公民》和《利维坦》中提出了“所有人反对所有人的战争”的命题。霍布斯认为，“人与动物的根本区别在于人类拥有展望未来的理性”，为了保障自己未来的生存，人对食物和资源具有无限的欲望，因而出现了相互斗争的状态。

总而言之，人类总是无法割舍想要预测未来的理性。

本书从“时间价值”的角度出发，对目前出现的企业和消费者行为的变化进行分析，并尝试预测人类未来发展的图景。

我们在小学数学课或者中学几何课上做过很多图形题。大家可能都有过这样的经历：有些几何图形看起来非常复杂，很难找到头绪，但只要画对一条辅助线，难题就会豁然开朗迎刃而解。本书所画的“时间价值”这条辅助线，就能够为我们看清当前企业行为和消费者行为变化的本质提供有益的启示。

那么，为什么现在企业和消费者会受到“时间价值”这个既古老又新颖的思维模式的影响而改变行为模式呢？

这里我们需要考虑两点因素。

第一，我们所处的环境发生了改变。具体来说，就是随着智能手机等便携式信息通信终端的飞速发展、社交媒体和利用定位信息的各种服务软件的出现，让时间的长尾价值（在图表中像恐龙的尾巴一样不断延伸的细小价值）不断提升。

在智能手机问世之前，人们很难在等电车的几分钟、工作间隙上洗手间的几分钟、放洗澡水的十来分钟零碎时间从事生产工作。另外，没有社交媒体，我们也不可能在这短短的几分钟内与别人联系。当我们

把一天 24 小时或者一生中的所有时间按照优先级别来排序时，这些几分钟到十来分钟的零碎时间几乎没有价值，是被我们抛弃的时间。

但便携式信息通信终端的发展，使我们得以从“计算机屏幕前”的固定空间解放出来。人们在一天之中可以自由移动，并把在此过程中产生的零碎时间通过随身携带的信息通信终端充分利用起来。在可以用轻巧便携的手机连接互联网以后，我们便不只拥有“大脑”，还变成了地球上唯一一个“能像体内植入了‘电脑’^①一样行动”的物种。

作为一种全新的时间利用方法，我们利用自己的零碎时间，不仅可以在搜索引擎上获得各种信息，还可以通过邮件或者社交媒体，与同样也摆脱了“计算机屏幕前”的空间制约而自由移动的朋友们保持联系。

得益于网络技术的进步，我们从十几年前开始可以连接到互联网，也可以在网上发布信息。十年前，自己发布信息还很新鲜，“个人媒体化”“Web2.0 时代”等成为当时的热门话题。但过去人们一直是在“计算机屏幕前”的固定空间发布信息，虚拟现实也被限定在固定空间之内。

但是，如今正在发生的变化是，随身携带“电脑”的人从固定空间里解放出来，解放了的每个个体都能形成网络。而且，每个移动中的个体网络同时也是一个以秒为单位不断变化的史无前例的人类网络。此外，单个个体移动时所感受到的虚拟空间，不再是摆放着计算机的房间等固定空间，现在周围空间会随着个人的移动渐变为虚拟空间。

可以说这个环境变化真正拉开了社会改变的序幕，可以在几分钟甚至几秒钟进行的生产行为越来越多，零碎时间的价值大幅上升。因此，过去不值一提的零碎时间如今变得大有可为，企业和消费者对时间的认识都发生了急剧的转变。重新审视“时间价值”，使企业和消费者的行为模式都在一点点地发生着不可逆转的变化。

使时间价值受到重视的第二点因素，是我们自身的变化。具体来说，人口老龄化和城市化成为长期趋势，这是其主要原因。

日本人现在的平均年龄为 45 岁左右，20 年后将会变为近 50 岁。从明治时期到第二次世界大战结束时，日本人的平均年龄一直在 30 岁以下。这样想来，过去的半个世纪里，人口老龄化的速度简直令人瞠目结舌。当然，医学的进步会使平均寿命在今后仍然继续延长，但高龄化就等同于全体国民平均的剩余生命年数在减少，从全体国民的角度来看，不得不说时间的稀缺性正在提高。

与此同时，人口也在源源不断地流向大城市。后文还会详细阐述，人口城市化现象是在高附加值服务业扩大的背景之下产生的。

大城市的人口流入，加快了城市里信息、商品或服务的交换和交易速度，也提高了在城市从事高附加值服务业的人们的生产率。这些人中，大多数人的目标是尽可能赚更多的钱，他们愿意为此延长劳动时间，劳动时间往往变得更长。这必然会减少购物和闲暇等私人时间。因此可以预测，如何提高工作效率等与“时间价值”相关的意识将会得到飞速提高。

上述便携信息通信终端的发展、人口老龄化和城市化等几个因素叠加在一起，日本的“时间价值”呈现出几何倍数式增长。因此企业和消费者也会或者有意识地，或者无意识地考虑“时间价值”，进而改变自己的行为模式。

可以说这个世界正在迈进“时间资本主义”的时代。

因此，本书将自始至终借助“时间价值”的辅助线，来分析当今发生的种种现象。在“时间价值”的聚光灯下，剖析决定企业和消费者行为方式的本质问题，这就是本书的目的。

本书由四部分组成。

第 1 部分是对“时间资本主义”这一新范式的概论。这一部分主要介绍人们越来越关注“时间价值”的原

因，分析其导致企业行为和消费者行为发生了哪些本质变化，并讨论“碎片时间”重要性的日益提高，以及可能提高“时间价值”的领域。

第2部分详细阐述“碎片时间”的重要性提高会带来哪些服务，重点讨论了充分利用“碎片时间”的事例，即人们的移动等话题。另外，这部分还会探讨我们在实现了时间的高效利用之后，下一步所要追求的是什么。

第3部分把人们划分为四种类型，讨论每种类型的人分别会如何在“时间资本主义”大潮中生存下去。谈到“时间价值”，人们往往首先考虑提高时间利用效率，但我还探讨了如何舒适地度过时间，以及如何创造能够进行创造性思考的时间和环境。

最后，第4部分探讨的是，为了实现“时间价值”最大化，需要改变“空间”的利用方式，以及我们的居住空间和城市空间的存在方式可能会发生的变化。因为当人们开始带着“电脑”四处活动，其对周围空间的利用方式和思维方式也将发生巨大改变。此外，随着人口老龄化的发展，全社会共享的经验和观念将不断积累下去，怎样的企业行为和消费者行为才能与这样的社会相契合？我也对这个问题提出了一些自己的看法。

如上所述，本书从“时间价值”的角度出发，讨论在相当大的范围内发生的各种变化，以短篇汇编的形式加以展开。其中有涉及企业行为的内容，也有涉及消费者行为的内容，或者还有对未来一段时间的预测，因此可能会让读者有话题略为分散之感。

但是，“时间价值”重要性的提高为我们这个世界带来的冲击，正是如此深远而广泛。“时间资本主义”下，企业和消费者根据“时间价值”来决定其行为模式，这个新时代的到来意味着社会将会发生前所未有的巨大转变。

接下来，就让我们打开“时间资本主义”这个新时代的大门吧。

① 此处“电脑”指人类借助便携式信息通讯终端设备及技术实现的新的思维方式，与人类生来具有的“大脑”形成对比，并非作为计算机俗称的电脑。——编者注

第 1 部分
时间资本主义的到来

第 1 章

制约人类的最后一个因素——时间

只需漂洗一次的洗衣液

我脑海里第一次产生“时间资本主义”的概念，是在有一次和公司的年轻咨询师聊天时。

“现在市场上有一种只需漂洗一次的洗衣液，卖得特别好。”

“是吗，为什么呢？”

“应该是能够节省洗衣服的时间，所以特别受主妇们欢迎吧。”

但就算是能缩短洗衣时间，顶多也就是十来分钟而已。这居然也能成为这么大的优势，我感到很不可思议。况且洗衣液这种商品一直都是以“省水”和“浓缩”为卖点，没想到消费者最关注的却是“省时”。

这件小事无疑体现了人们的时间观念的变化。

早上的 10 分钟时间是多么宝贵，只要是家有孩子的人恐怕都有体会。尤其是对于那些要在早晨做完几乎所有家务，为自己上班做好准备，同时还得帮孩子收拾好东西、把他们送到幼儿园的上班族妈妈们来说，能够提前 10 分钟洗完衣服的洗衣液，哪怕价格贵一些也会很受欢迎。这一点我也能想象得出来。

然而，过去的主妇们会为了节省 10 分钟的漂洗时间而支付更高的价格吗？主妇们能从一整天的繁重家务中解放出来，很大程度上要归功于洗衣机的发明。要知道全家人的衣物如果手洗可要花费大量的时间，而现在只要把衣服都扔进洗衣机里，等着洗完拿出来晾干叠好就可以了。这么算的话，相当于把原本 3~4 小时的劳动时间减少到了 30 分钟。

这项发明节省了大量时间。1955 年前后，洗衣机的价格为 4 300 日元。当时国家公务员的入职工资是 9 200 日元，因此买洗衣机可以算得上是一笔大开销。但是考虑到主妇们手洗衣服花费的时间与精力，购买洗衣机仍不失为理智的选择。加入会员微信 whair004

再后来，不仅是洗衣机，其他家用电器也都越来越先进，做家务需要的时间越来越少。1976 年主妇们每星期花费 107 分钟做家务，而 2006 年只需 92 分钟便可完成^①。不断缩短的家务时间当中，还有一些可以继续缩短的时间，也就是漂洗的 10 分钟。于是，主妇们愿意为了节省下这 10 分钟而支付相应的费用。

如今，短短的 10 分钟，对不是主妇的人来说也正在变得更为重要。因为随着 IT 的发展，短时间内能做到的事情越来越多。过去人们根本不会放在眼里的几分钟时间，或是重要会谈之间的几分钟，这种“碎片时间”的价值正在迅速上升。“碎片”一词本身含有在重要事情之间附带产生的低廉价值的意味，但未来将很有可能是“碎片时间”发挥重要作用的时代。

如果以时间为“辅助线”来观察现代社会，过去的理论框架未能完全涵盖的企业经济行为和个人消费行为就会逐渐清晰起来。今后什么事业才具有商机，我们如何利用时间才能走向幸福，这些问题也将迎刃而解。

“有意义地利用时间”是几十年前就有的老生常谈。走进书店可以看到，如何有效运用时间的书已经自成一类。对于总是时间紧张的商务人士来说，如果坐出租车能够 10 分钟到达某地，那么有些人就不会花 30 分钟去乘坐电车。他们这是花钱买时间。对于这些人来说，“时间的价值提高了”“实现时间价值的最大化”等都是理所当然的。

不过，本书并不仅局限于探讨个人关于时间的理性选择，而是基于更宏观的社会变革视角来考察“时间价值”的变化。随着产业结构的变化和 IT 的进步，人们的时间观念以及时间的社会价值正在改变。这些改变将空间也包括在内，使我们的生活方式也开始逐渐改变。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《未来时间使用手册》[日]松冈真宏 著；张瑞婷 译 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/142.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

