

互联网博弈

维度与玩法决定成败

Internet Game Theory

仲昭川 著



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

Internet Game Theory

互联网博弈

维度与玩法决定成败书

仲昭川 著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

互联网博弈 / 仲昭川著. —北京：电子工业出版社，2016.2
（互联网+）

ISBN 978-7-121-27972-0

I. ①互… II. ①仲… III. ①互联网络—研究 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 317929 号

策划编辑：刘声峰（itsbest@phei.com.cn）

责任编辑：刘声峰

特约编辑：向阳

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1 000 1/16 印张：25.75 字数：281 千字

版 次：2016 年 2 月第 1 版

印 次：2016 年 2 月第 1 次印刷

定 价：50.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与
本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

目 序

终于下决心，写本大众化的书。有些风险。众口难调时，只能照顾那些不爱看书的人。他们是大多数，却最难取悦。

信息类汇编铺天盖地，却不能成为工具书。智慧类读物狂喷“鸡汤”，更于事无补。如果读者不蠢，这些书还有什么意义？

真诚的作者无力引领读者，只好把成功案例总结成三十六招、七十二式，再用互联网思维等标签冠名。对企图听着故事发大财的人，终究只是娱乐。

争胜求生，都是博弈。招式中隐含的一定是思维。这种无形的东西，因人而异且随机应变。有了固定的模式，就没了成型的脑袋。

若把人分为“有脑”和“无脑”，没人承认是后者。我经常沦为后者。每次上微信，看到注有“深度好文”的标题，就忍不住想看。好文章，不需要标这个。

同样的文章，是否标为深度好文，阅读量相差巨大。人，都号称有思维，可就是容易上当，也喜欢上当。

真正的深度好文，是没人看的那种。请人吃了饭、喝了酒，再追问：我写得怎么样，给个准话儿。人家很谦卑，自嘲半天，最后坚定地说：看不懂。

现在的努力方向，是写浅度好文。恰好合乎本书的要求。

具象的互联网思维，已引起众人反感，终于回过味儿来。

皇帝的新衣，不是出于皇帝威严和大众无知。人们都希望以安全又体面的方式，突出自己的才智。都不傻，各有算计。

如今时尚的新衣，并不在皇帝身上，它属于大众，每人都想披上一件。

对新衣的赞美，比新衣更具蛊惑。社会中的话语权，依旧掌握在三种人手里：有权的，有钱的，有名的。他们永远不缺喝彩的人，所以讲什么都显得很对。

有权的倒不多讲。你在线上的维度我不管，下了线咱再研究。

有钱的都很爱讲。擅长讲过去。要么添枝加叶，要么引申杜撰。

有名的最猛。敢讲趋势与未来。坚信死无对证，肆意信口开河。
轮到我这无脑的，只好向高人学习，就谈现在。
思维为了行动，行动为了结果。全靠当前博弈。

残酷的现实和无情的资本，正强迫浮躁者从痛苦中挖掘自身的智慧。

真正的高手，都是无师自通、无中生有。互联网的风云人物，都是前无古人、后无来者。

每个高手都是唯一的，生来寂寞，是互联网给了他们欢乐。众人不懂他们的思维，却喜欢听他们的故事、配合他们的行为、帮他们建立王国。

这本书的价值，在于引发读者的唯一性。赤条条走进江湖，以一己之力博天下，是谁也逃不脱的路径。

天下有大小，思维有高低。读书，也是博弈。

仲昭川

2016年于北京望京

前 言

人生如棋，世事如棋。

博弈就是下棋。彼此都在一个屋子里和平共处，斗智不斗力。

博弈的过程，是双方轮番寻找对称的价值，追求各自的正确。

博弈的伦理，是尊重对方的智慧，却坚决不听从对方的摆布。

值得注意：互联网带来的，是虚拟世界，人们看不到博弈的对手，处处都是新局。

互联网博弈，别有洞天。

自从互联网落地，真伪、新旧、强弱的参照系，就遍布全球。博弈舞台没了边界。

于是，概念变成了法宝。总有些不负责任、没有意义、眼花缭乱的体面词汇，霸占人的大脑，变成价格虚高的“商品标签”，引导人们盲目出招，莫名其妙就满盘皆输。

近年坊间流传的互联网思维，倒是不玩虚的，上来就直奔方法论，还都有流行案例打底。然而，都不谈思维本身的机理，只是成功学翻版，对修补大脑毫无用处。

先行者靠的是自我感悟，认准了互联网，置之死地而后生，直接闯入，边想边干。

后来者只能等尘埃落定，才有完整的认知。

博弈克敌制胜，不在先后。正如下棋一样。

互联网是无数陌生人组成的局面，没有大小、内外、虚实的分别。每个玩家都能同时扮演不同角色，都能任意做局、入局、搅局，也都能随时主动退局。

这时，传统的博弈论已被颠覆。

人类传统思维，承受着全面践踏，道德与逻辑都已迷乱，努力与成功的关系也变得模糊。真假机会触手可及，人们更加渴望发财。无脑行为随时泛滥，盲人瞎马随处可见。

这还算好样的。更多人聚为一团，不干别的，只负责为成功者喝彩。他们到处搜集谈资，附庸时尚热点，始终不见行动。

思维错乱，就只能人云亦云、不知所云，以从众为安、以媚俗为荣，逐渐凑成了互联网僵尸文化。承担主要责任的，是有识之士引领的标准化和模式化。

中国的士大夫，从古到今，都是统一考试的产物。标新立异等同自找麻烦。经过代代遗传，就有了模式依赖。这是生物层面的退化。

思维都在破天荒，人们偏要找到模式。

深海逮鸟、高空抓鱼，也是种情怀吗？

“互联网”这三个字，强调了新型博弈的原理：一切科技都是交互，一切方便都是连接，一切社会都是网络。人与人的关系变了。

于是，生产资料、生产方式、生产力等等，也都随之改变。

不过，互联网并没改变博弈的三个支点：人，人心，人性。

人类自古，便以各种网络连接为社会。如今无论电脑、手机、光缆、卫星，只是连接手段不同，连接对象没变。

一切互联网，都是人联网。人心万变，人性不变。

古今中外，凡建立大功业者，无一不是运营人性的高手。

透过不变的人性，驾驭无常的人心，是思维，更是博弈。

目录

第一章@关系的本质

- 1 天地悠悠，谁主沉浮 /002
- 2 广义互联网 /007
- 3 真假、新旧、强弱 /013
- 4 隐形人的世界 /020
- 5 量子时代的玩法 /026
- 6 生态的变迁 /032
- 7 寻找平衡 /038
- 8 皆为囚徒 /044

第二章@博弈与智慧

- 1 植物的智慧 /052
- 2 动物的智慧 /059

- 3 个体与群体 /066
- 4 智商、情商、维商 /073
- 5 维度决定成败 /079
- 6 维度的拓展与穿越 /085
- 7 智慧、智能、智识 /092
- 8 颠覆的原理 /100

第三章@博弈与经验

- 1 天上观与天下观 /106
- 2 整合的妙味 /112
- 3 颠覆是另一种共存 /118
- 4 轮回的应用 /123
- 5 博弈十诀 /128
- 6 不可能性的突破 /135
- 7 与陌生人发生关系 /141
- 8 盲点 /147

第四章@博弈与工具

- 1 创新的分工 /154
- 2 创业的陷阱 /160
- 3 货币的博弈 /165
- 4 格局的运行 /171

- 5 欲望的经营 /178
- 6 人性与机器 /184
- 7 人与工具的分离 /190
- 8 链接与按钮 /195

第五章@无用的思维

- 1 情怀与宗教 /202
- 2 骗子、傻子、疯子 /208
- 3 有权的、有钱的、有名的 /214
- 4 食物和异性 /221
- 5 进化与作弊 /227
- 6 正确与方便 /233
- 7 分享与共享 /239
- 8 免费与利他 /245

第六章@有用的思维

- 1 如何做局 /252
- 2 入局与破局 /257
- 3 搅局的底线 /262
- 4 局面的重启 /268
- 5 滴滴打车与滴滴打人 /274
- 6 启动潜伏的世界 /280

7 价值驱动 /286

8 现金为王 /292

第七章@局面的秘密

1 物联网思维 /300

2 人联网思维 /306

3 经济学家为何无视互联网? /311

4 大局与小局 /317

5 矛盾的局面 /323

6 四面楚歌的局面 /329

7 怎样才算大家一起玩? /335

8 困局下的转型 /341

第八章@境界的升华

1 无边界生存 /348

2 重建三观 /353

3 生态的运行 /359

4 互联网微积分 /365

5 另造一个社会 /371

6 怎样做出世界上最大的公司? /378

7 简单化就是一切 /384

8 天下归心 /389

后记 /395

关系的本质



1

天地悠悠，谁主沉浮

大自然生生不息，天地有灵，万物有灵。

但思维不是灵魂，而是大脑里的行为，隐含在意识里。

人的意识，除了自己，别人不知道。彼此间绝对不可知。每人有各自的维度。

物理维度，对于普通人，只有四个。

意识维度，属生物范畴，是无限的。

意识不是科技产品，无法编成软件直接输入大脑，它源于天地宇宙、日精月华。

科学在意识面前无能为力，只研究不以主观为转移的客观规律。意识无法被科学捕捉和量化。然而，现代人只信科学，不信别的，这

就开辟了无穷的博弈空间。

意识也是种能量，直接驱动行为，改变一切。人类社会的文化、制度、法律，都来自意识。科学，也来自意识。

有了人为的逻辑和目的，意识就被称作思维。

人的思维较量，就是博弈。

互联网经过二十多年，已跟阳光、水、电一样，懂不懂的人都用上了。日常中，它不仅是生活资料和生产工具，也是人际关系。

仍有不少人误把互联网当成科技，稍微深入接触，就心生畏惧、茫然无措。

科技的事儿，自有美国硅谷的人负责，普通人大可不必操心。芸芸社会，缘于分工。今年用苹果六，明天用苹果八，只要肯花钱，就不会被人发现落伍。

但思维的事儿，不归别人，只能自己办。

博弈的成败得失，都取决于思维。

当年我从欧洲带回在线工作的悬赏模式，意气风发，要拯救沉溺网络游戏的天下网民，让他们在网上就业，自食其力。

平台很快建起来，是个货币化社区，任何有价值的工作行为，都能变为现金。网民还在将信将疑，投资商都来了。

其中一位叫熊新祥的老板，最早是奇虎的创始人，把网站高价卖给周鸿祎之后，又投了一个移动互联网的项目，是先行者中的先行者。

跟我一见如故。他问我要多少钱，我说只要一百万的杠杆资金，代表资本的介入，就足够。

准备拍板那天，他带着两位合伙人再次前来。一位是年轻的技术高手，帅哥。另一位，是美籍华人，叫麦口，更是个独孤求败的天才，思维和行为都跟我相似，相见恨晚。

我暗中惊叹，熊老板真是有容乃大，竟喜欢麦口这样的狂人，也合该跟我有缘。心想，他给我多少钱、要多少股份，都不在话下。做生意赚钱，不也是为了痛快嘛。

当晚，彼此都喝得酩酊大醉。

第二天一觉醒来，熊老板回重庆了。不久传来消息，他投了五百万给重庆本地一个叫猪八戒的工作平台。

十年过去，我这平台还是小本经营、嗷嗷待哺，而那猪八戒，则又拿到第三轮的二十六亿投资，估值瞬间上百亿。

在当今创业圈，这不算大新闻。不过对熊老板，我曾耿耿于怀了好几年。后来偶遇麦口，我就迫不及待追问原因。答曰：熊先生觉得跟你气场不合。

我又追问：那你觉得呢？答曰：我也觉得是。

气氛和谐，却气场不合？

虽然常有脑子不够用的时候，但那一刻，我的思维错乱了。

和与合，在汉语里，我一直当成同义词。但实际上，感情融洽叫和，意识相通叫合。意识能量的对外作用，叫气场。这是实实在在的