

互联网时代的

浪漫 与 痛痒

传统行业转型之道

浩浩汤汤 跑堂风云 秦沐阳 编著



电子科技大学出版社

互联网时代的
**浪漫
与
痛痒**

传统行业转型之道

HULIANWANG SHIDAI DE LANGMAN YU TONGYANG

浩浩汤汤 跑堂风云 秦沐阳 编著



电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

互联网时代的浪漫与痛痒：传统行业转型之道 / 浩浩汤汤，跑堂风云，秦沐阳编著. — 成都：电子科技大学出版社，2015.10

ISBN 978-7-5647-3305-6

I. ①互… II. ①浩… ②跑… ③秦… III. ①互联网
络-应用-企业管理-研究 IV. ①F270.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第232322号

互联网时代的浪漫与痛痒

传统行业转型之道

浩浩汤汤 跑堂风云 秦沐阳 编著

出版：电子科技大学出版社（成都市一环路东一段159号电子信息产业大厦
邮编：610051）

策划编辑：郭蜀燕 杨仪玮

责任编辑：杨仪玮

主页：www.uestcp.com.cn

电子邮箱：uestcp@uestcp.com.cn

发行：新华书店经销

印刷：四川煤田地质制图印刷厂

成品尺寸：185mm×260mm 印张：24 字数：470千

版次：2015年10月第一版

印次：2015年10月第一次印刷

书号：ISBN 978-7-5647-3305-6

定价：49.00元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话：028-83202463；本社邮购电话：028-83201495。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误，请寄回印刷厂调换。

推荐序之一：当互联网变成一种基础设施

百度公司总裁 前微软全球资深副总裁

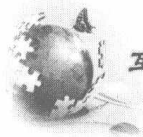
张亚勤 博士

普适计算之父马克·韦泽说：最高深的技术是那些令人无法察觉的技术，这些技术不停地把它们自己编织进日常生活，直到你无从发现为止。而以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）正是这样的技术，它已经快速扩散、应用到经济社会的各个领域。互联网正潜移默化地渗透到我们的生活中来，并和100年前的电力技术以及200年前的蒸汽机技术一样，对人类经济社会产生巨大、深远而广泛的影响。

今年是互联网进入中国的第21个年头，它由一个外来的物种，在中国艰难生根、曲折成长、蓄势待发——中国迄今已经有6.5亿多网民，5亿多的智能手机用户。过去10年，特别是最近的三五年，互联网发生了翻天覆地的变化，从传统的互联网迈向了移动互联网，进而衍生出了更多设备联网的物联网。通信网络的进步以及移动互联网、智能手机、智能芯片在企业、人群和物体中的广泛安装，使得互联网变成了所有行业的基础设施。大数据、云计算是在计算领域第一次把互联网作为基础设施才发展起来的，所有连接在互联网上的装置、设备、内容可以共享公共资源和服务。

互联网远远超出了大家可能想象的原来的网，今天看得见、摸得着的东西都会变成互联网的一部分，就像过去很多人想走出地球一样，现在走不出互联网，原因是它变成了社会甚至变成地球本身的基础设施。互联网成为基础设施的“广泛安装”，为各行各业的“互联网化”信息经济发展奠定了良好的基础，使得各个行业与互联网这位“大门口的野蛮人”和“新未来的裹挟者”广泛融合，推动着传统产业转型升级。

2015年“两会”上，李克强总理正式提出国家将制订“互联网+”行动计划，助力经济转型和产业升级。“互联网+”行动计划的前提是互联网作为一种基础设施的广泛安装，其本质是传统产业经过互联网改造后的在线化、数据化。“互联网+”依赖的新基础设施，可以概括为云（云计算和大数据基础设施）、网（互联网和物联网）、端（直接服务个人的设备）三个领域，新的基础设施正叠加于传统产业的基础设施之



上，日益发挥着重要作用。“互联网+”萌发的新生产要素，可以归结为数据，是在运用数据驱动传统业务的基础上，通过数据用途的扩展创造新的价值。新信息基础设施（“云+网+端”）与新生产要素（大数据）为“互联网+”能量的释放提供不竭动力，决定着“互联网+”行动计划改造升级传统产业的效率和深度。

互联网作为一种高速成长的基础设施，会带来越来越多的投资机会和产业成长空间。当然，这个“基础设施”并非传统意义上的，也绝非仅仅是网络宽带建设、无线基站等。除了传统的基础硬件外，它更多包括了网络交互和网络服务。比如百度的索引定位平台，连接人与服务，也属于基础设施。

大家提起百度，很多时候会讲搜索引擎和地图服务，实际上百度是一家搜索和电商结合的企业。百度基于互联网入口、大数据、云计算、技术、资源等优势，通过O2O领域的布局，使得百度连接的消费服务场景延伸到团购、旅游、视频等领域。同时在金融、教育、医疗、数字内容与数字娱乐等多个垂直领域和国际化市场不断深耕，创造“连接人与服务”的新市场。作为一家互联网平台公司，它建立起了虚拟世界与真实世界的联系。我们说连接人与服务，是指运用互联网的基础设施搭建起一个“大规模的社会化分工协同平台”，推进传统产业转型。广义上讲就是互联网物理化，通过智能硬件产业链和垂直行业切入物联网硬件端的生态，和云紧密相连，建设连接360行的大生态。

互联网的物理化是从信息到服务，把整个互联网的技术、产品和商业模式映射到物理世界里面，也就是直接找到服务了。从“连接人与信息”向“连接人与服务”进行转变，是互联网发展的必然方向，也是产业升级和市场发展的需要。

服务一方面是指我们生活的服务，另一方面是产业的服务，进入每一个垂直行业，到农业，到制造业，到金融、医疗、教育等第三产业，到各种各样我们现在的整个物理世界可以看到的领域。这是一个大趋势，不仅仅是人和人相连，而且物和物相连，人和物相连，万物互联。

互联网的本质是一种感知的能力，即对用户和场景的快速感知和应对。互联网最终要回归线下的高质量服务，借助大数据提高的感知能力，更加敏锐的对市场变化做出反应。

互联网平台在提供基础设施构架之上，更重要的是促进信息和服务在全国、全球范围内广泛对接，在提升共享效率和水平的同时，还反向带动了生产效率的提升以及各产业的数据化互联网化。

现阶段，互联网化进程正在金融、物流、农业、医疗等诸多行业上演。特别是随

着传统行业与互联网的进一步融合发展，会让“互联网+”变成“互联网×”，发挥出互联网促进传统产业升级的倍乘效应。可以断言，互联网物理化在现实世界的作用，不仅会催生出全新的商业模式，还将孵化出全新的文化、全新的经济与科技发展的思维角度。

在移动互联网和物联网的神奇辐射下，很多传统行业和边缘化人群的命运被改变。

互联网企业在推进信息化、O2O服务化以及大数据、人工智能与现实世界的深度融合方面给了社会 and 传统行业一个启发和示范案例。而这之中，“互联网基因”进化出的思维理念最为核心。

历史发展经验启示我们，技术的创新变革会演变成一种基础、前提，在此之上，各行各业都能得到继续发展的可能。面对新一轮信息技术变革，我们要把人类的创造力和热情不仅仅放在互联网工具或基础设施的革新上，还要放在知识的产出、分享以及被利用的体系中。互联网既是工具，也是基础设施，同时更是一种思维认识的价值体系和一套知识系统的构建方法。因此，以往的技术革命，更多地解放了人类的手和脚，而这次互联网变革，解放的是我们的头脑，启发的是互联网思维。

《互联网时代的浪漫与痛痒——传统行业转型之道》一书以互联网“皑皑白雪”的冷艳隐喻为自序开场白，生动描绘了不同年龄段群体在互联网数字化浪潮下的迥异反应，以烤火“暖手”、主动“搓手”、欢呼“拍手”三种写真姿态，寓意传统行业企业家们在面对互联网转型境遇下的痛痒与浪漫。书中对互联网大潮的多棱镜展示、互联网进化的多图谱演绎以及互联网核心价值论、时代世界观、经济逻辑链、流变风向标、思维新体系的系统阐述，以及对零售、餐饮、金融等传统行业转型实践的深刻剖析，是从认识（理论）、方法（实践）、探索（开拓）三个层面对互联网价值思维做出的立体化概括、运用和综合，全书散发着一一种哲理性思考和哲学性思辨，对传统行业互联网化转型发展具有较强的指导意义。

特别值得一提的是，这是一本具有“互联网基因”、融入“互联网思维”、基于“互联网架构”的“新书”。这本书本身就是一个“互联网+”，在传统书籍纸质体形之外，这本书还拥有网络技术架构，开通了“互联网PLUS道法术”微信公众平台，增加了与书籍相关的互联网知识体系入口，走在了出版业数字化“延展阅读”和“持续阅读”的前沿。在数据平台的云端，读者可以通过手机终端查阅丰富的传统行业转型案例，获取数字图书馆和数字电影院里海量的电子书和电影，参与微博微信里社群论坛的互动活动，获得合作企业的增值网络服务等。因为书而不局限于书，“互联网+书



（出版）”使得这本书的价值理念和知识仓库无限延展、扩容，持续更迭的云端数据资源，为广大读者们提供了超乎想象的“平等、共享”化公共服务。可以说，这本书是对传统出版业的一次变革创新，更是一次卓有价值的实践探索。

世界上最怕的事情不是“一拥而上”，而是“一拥而撤”：还没有搞明白一个事情就去做了，还没有搞明白就撤了。真正热爱互联网、云计算、大数据的人会知道，不只是3年、5年、10年，可能在未来30年到50年，甚至100年，互联网还是大家一直要关注的重点，它会真正在今后改变整个社会和人们的生活。

因为有了互联网，全世界的思想是同步的，已经没有人可以说我在世界一个角落发生的事情不让世界另外一个角落知道了。在这样一个时代，因为有了互联网可以让多少人的梦想成为一个现实。当互联网变成基础设施和公共服务的时候，它就像你今天呼吸空气、要喝水一样，会伴随着你变成你生命的一部分。浪漫与痛痒的味道各在其中，需要用心体味，这是互联网给我们带来的未来。

2015年10月

推荐序之二：对互联网时代一次全景多元的解读和叩门

电子科技大学大数据研究中心科研办主任

夏 琦

如果时间回到三百多年以前，第一次工业革命的时代，人们能有幸看到第一台蒸汽机的诞生，但是在去世的时候还生活在一个马车的时代。我们有可能是人类历史上最幸运的一代人，第一次有机会在自己的一生中看到一次完整的科技革命所带来的巨大改变。

十多年前，中国才开始大规模普及互联网，但是如今互联网就已经像蒸汽机和电的发明一样，深刻地改变了我们社会、经济和生活的形态。互联网、移动互联网、大数据、云计算、物联网等IT技术正在融入社会的各行各业和生活的每个角落，使世界快速地连接和数据化。未来，人们的所有活动都将以数字化的方式呈现。“一切都被记录，一切都被数字化”，人类将通过越来越普及的电子记录手段建构一个和物理原子世界相对应的数据比特世界，这个世界可以被定义、被分析、被重构，它能镜像过去、映射现在、驱动未来。

在互联网浪潮的拍击下，越来越多的传统行业面临巨大的挑战。一切经营理念互联网化、一切业务流程数据化、一切运营环节移动互联化，这是未来传统企业转型的走向。互联网，特别是移动互联网带来了商业模式的变化，最根本的是“大数据”对传统企业生产经营的深刻影响和变革。企业大数据可以粗略分为三个版本：1.0强调数据的内部性，指企业自身的产品和服务产生了大量的数据，通过对这些数据进行深入的挖掘分析，改进自身业务，改进后的业务吸引更多用户或客户，产生更大量的数据，形成正向的循环；2.0强调数据的外部性，指企业用自身业务产生的数据，去解决主营业务以外的其他问题，获得重大的价值，或者引入非企业自身业务的外部数据，来解决企业自己遇到的问题；3.0是一个尚在探索中的商业形态，首先需要政府有数据意识，制定政策措施，提供更好的生态环境，在此基础上，数据运营商提供平台来计算和开发数据产品，同时学术团体、企业和政府通过数据产品挖掘科学、社会、经济方面的新价值。



当传统企业在内部融通、与外部连接时，企业“大数据”投射到互联网场域中的全域镜像是：工业4.0（数字化智能制造）、互联网时代3.0（从信息单向流动的门户时代到双向互动的搜索/社交时代，再到移动互联下的人机交互时代）、企业转型2.0（运营模式从B2C转向C2B）、网络时代个人1.0（用互联网思维和互联网世界观格式化大脑）。

大道至简，知易行难。处在互联网时代的传统企业在求发展的转型道路上是痛苦的，同时也是浪漫的。茫然下的手足无措与被动中的裹挟逼迫是一种苦楚和煎熬，欣然中的主动求变和顺势下的应时而动却又是一种雀跃和激动。本书无疑洞悉了其中的百般滋味，通过三十多万字和众多图表，全景式、立体式地从互联网的现实冲击、互联网发展的历史脉络、互联网经济的底层架构、互联网时代各个行业领域的转型取向以及互联网技术发展的明天等各个方面，系统地描绘了传统行业在互联网时代转型的现实命题和道法术，既是大综合，也是大融合，具有较强的现实意义和指导意义。

本书难得之处在于它绝非只是停留在对互联网思维的言辞凿凿上，而是在创意和写作过程中，充分运用和践行了互联网思想。进入本书的公众号可以看到，这本书的创新之处在于，运用了“众包、众筹、众赢”的“合众”理念，打通了线上与线下的O2O闭环，形成了一个商业小生态。如果用供应链公式来表达，本书供应链=社群订单+众筹资金投入+众包与主创作者共同生产内容+网络商城和传统渠道结合销售+自媒体传播+第三方支付+增值服务体验+客户（包括读者）关系社群数据管理。从阅读体验看，不仅有传统纸质书籍的墨香和电子书的便利，还有以二维码为入口延伸阅读带来的信息量扩容，更有视频的生动组合；读者可以通过该书的网络入口获取不断更新和添加的电子书籍、影音资料、企业转型实践案例，逐步集成为一个扩展的数据库；读者有什么意见和建议可以到本书公众号论坛微社区里去“打酱油”、“拍砖”；还有本书案例单位提供的增值服务，比如，吃火锅大大的优惠。本书阅读的开始，也是思考的开始、讨论的开始、社交的开始，当然，最好是转型的开始。

这是一次创新者的大胆尝试，一场接地气的落地实践。对于出版业，是飞来的一只“互联网蝴蝶”，它的效应已经在网络社群开始显现。也许是一个不错的开始。未来已来，毅然拥抱吧！

2015年10月

自序：互联网时代的浪漫与痛痒

老子说：道生一，一生二，二生三，三生万物。从0到1，是宇宙爆炸的自然法则，也是商业的创新之道。对互联网的终极追问就是有与无、1和0的道法自然。万象丛生、日新月异的互联网世界就是0和1的精准演绎和生生不息。为何有这本书？这本书有何不一样？是哪些幕后玉成了这本书？这是本书的“三”，它不是道，不能衍生万物，但它会是蝴蝶效应的一次翅膀颤动吗？

（一）互联网世界的新宗教：缘起

喜欢阅读的人自然是喜欢逛书店的。不知什么时候开始，书店正在从我的生活里隐退。我有时甚至恐慌地想，我是不是在物欲横流、世道浮躁的时代变得颓废？但审视我的阅读习惯并没有多少改变，改变的是阅读渠道发生变化，买书的渠道发生转移。直到有一天，我从事的职业被市场化和信息化双重浪潮拍打得摇摇晃晃的时候，我努力带领团队去维持着一种适应眩晕的平衡。网络上一篇帖子灼伤了我的眼睛，我才开始认真地打量和思考这种变化。

这篇名为《让我们一起去打劫，享受打劫的快感吧！》的帖子作者不详，但在微信圈广为流传：

……柯达的葬礼已经被人快要遗忘，摩托罗拉、诺基亚、东芝、索尼都在排队等候档期。国美这个家电巨头的日子将越来越艰难，京东商城明目张胆地开始打劫！国美醒来的速度太慢太慢，等它睁开眼睛，仓库里只剩下一地悲伤。苏宁总算懂得翻个身子，好歹知道有人正在打劫！……醒来的速度不够快，就不用醒了，免得伤心，直接送火葬场罢了！未来十年，是中国商业领域大规模打劫的时代。越来越快，一切都在一个大规模变革之中，无论是哪一家公司，如果不能深刻地意识到金钱正随着消费体验的改变而改变流向，那么无论过去他们有多成功，未来都只能够苟延残喘，直到被尘土掩埋。跨界的，从来不是专业的，全部来自于另一个领域！神出鬼没，你都不知道从哪里窜出来的。创新者以前所未有的迅猛，



从一个领域进入另一个领域。门缝正在裂开，边界正在打开，传统的广告业、运输业、零售业等，都可能被逐一击破。更便利、更关联、更全面的商业系统，正在逐一形成。世界开始先分后合，分的，是那些大佬的家业，合的，是新的商业模式……

这个帖子描述的是互联网跨界的情形。

这个世界怎么了？是谁动了我们的奶酪？美国知名思想先锋斯宾塞·约翰逊博士的《谁动了我的奶酪？》一书，通过两只小老鼠和两个小矮人的故事，生动地阐述了“变是唯一的不变”这一生活真谛，并在书中制造了一面社会普遍需要的镜子——怎样处理和面对信息时代的变化和危机。这本书第一次在国内出版是在新世纪初，也就是肇始于20世纪90年代中期第一波互联网浪潮的尾期。第一波互联网泡沫破灭之后，这本书揭示的价值并没有消失，放到今天更具广泛性和普适性。一个基本的原因是，破灭的是互联网经济1.0版本和贪婪资本的欲望，互联网技术并没有停下脚步，而是沿着它内在的逻辑和规律，强劲地演绎和推进，于是我们看到了上面这个帖子描述的大面积的情形。

更重要的是，这种情形以及后续背后的力量，使我们每个人都不能置身事外，而且将被一“网”打尽，不能再像第一波互联网浪潮的时候，我们人为划分一个互联网行业出来，非互联网行业的人，可以把互联网故事作为一叶风景。要说风景，我想到的是一个冷艳的隐喻：皑皑白雪。我想起小时候，一场铺天盖地的大雪，白茫茫掩盖了大地和世界，“千里冰封，万里雪飘”，“山舞银蛇，原驰蜡象”。这个时候，不同的年龄和不同的角色，对待这场雪就有不同的态度。第一种人是老人，他们已经见惯不惊，行动迟缓，目光迟滞，只能窝在木屋里火塘边用炭火慵懒地暖手；第二种人是青壮年以及中年人，他们是家里的主劳力，是生计的维持者，再大的雪也不能停下劳作的双手和脚步，还得行走在冰天雪地里呵着热气搓手；第三种人是孩子，他们与生俱来的对大自然大开大阖、冬雪迎春的惊喜和好奇，可以令他们忘记寒冷，欢呼雀跃，嬉戏拍手。

这一轮互联网浪潮就是人类世界进入信息化时代以来的第二场“大雪”。大雪无痕，全面覆盖，而且雪化为水，融入大地，浇灌的是第二年百花绽放的春天——继蒸汽时代开启、电气时代繁荣的工业文明后，一个主要借由互联网技术推动的网器时代、智能时代主导的信息文明即将全面启幕。

从经济学角度讲，这是由消费主体以及消费行为的生活方式决定的。“50后”已

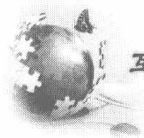
经或者即将“暖手”谢幕，“60后”、“70后”可塑性强，心有不甘，正在努力转型，不断“搓手”适应“新常态”，“80后”、“90后”以及“00后”在数字语言环境成长起来，没有数字鸿沟，世界是新鲜的、精彩的，世界是他们的，他们欣欣然，跃跃欲试，欢呼“拍手”。谢幕的是原住民，只能说地方话；转型的是移民，可以说哪怕是不标准的普通话；原住民和移民的后代就是网民，普通话、外国话都不在话下。“原住民”的文化主要是农业文明的烙印，“移民”的文化主要是工业文明的投影，“网民”的文化主要是自由、平等、开放、多元的信息化文明的折射。

这“三个民族”都生活在同一块土地，但是却像老子描绘的“邻国相望，鸡犬之声相闻，民至老死不相往来”。在年代和技术两条鞭子的驱赶下，俨然形成了基于互联网时代标准的“三个世界”的划分。这“三个世界”的格局已经基本定型：原住民被“冻”僵，属于固态；移民属于液态，流动的有快有慢；网民属于气态，看似自由自在。自己企业的未来在哪个世界，取决于你与哪个“民族”在一起，取决于哪个“民族”接纳了你的企业。

因此，领航企业转型的张瑞敏感叹说：“没有成功的企业，只有时代的企业。”

当网民正式登上历史舞台后，世界的文化形态就将由他们来决定。如果说宗教是一种文化现象，那么互联网文化就会催生新的宗教——“互联网宗教”。在译言网三岛的个人空间里，第一次看见他翻译美国新闻媒介从业者 Alexander Grlach 提出的这个新问题——《互联网是一个新的宗教吗?》：

“在过去，宗教规定什么是善与恶。在未来，宗教还将扮演这一角色吗？”……班杜拉回答：“宗教一直是为一个具体的地理空间的居民的社会现实服务的。”Facebook 现在有9亿个成员，他们在注册用户资料的同时，就同意了某个行为规则，一旦你进入Facebook这个世界，你就走进了一个带有自己社会逻辑的数字社会空间。“Facebook 用户都是基督教徒、犹太教徒、穆斯林、无神论者、不可知论者。这些人有着不同的背景、不同的道德规范和不同的社会实践。这可能意味着未来的榜样和社会行为。”直到今天，宗教仍是推动人类社会前进的力量。但它们的社會規則和理由的基礎被認為是不潔淨的。膜拜緊緊地束縛着宗教成員：宗教的去世俗化社區生活。現在，Facebook 實現了這一功能。……網絡上的9億成員早就超越了他們所居住的城鎮的視野。這個社區並不是通過我們頭頂上無限的空間結合在一起的，而是通過網絡本身。Facebook 具有去個人化上帝的一神論思想。把一切融合在一起的並不是一個上帝，而是一個網絡，是一種力量，



它将人们联系起来，激发了他们的交互作用。

宗教归根结底是人性欲望的纠结和舒缓。以佛教为例，我们看到了佛教教义在互联网上人性本质的新版本。佛教里以眼、耳、鼻、舌、身（皮肤）、意等六识为所依，对色（色、形）、声、香、味、触（寒暖、柔软等的物质触觉）、法（概念等为心所捕捉的事物意象）等六尘，产生见、闻、嗅、味、触、知的认识作用，此即眼识、耳识、鼻识、舌识、身识、意识等六种心识，也称为六根。六识发动六根而接触六尘，六尘映入六根而由六识判别及记忆保存，再从六识的记忆保存中显现出来，发动六根贪取六尘。这就是佛教里对人性的描述。凡是对互联网都有一些基本感性认识的，都可以从互联网工具体验中找到“六根不净”的对应对照。

有人士总结了若干种基于人性的网络商业手法，分别是贪婪、情色、虚荣、窥视、懒惰、好奇、恐惧、好胜、免费等。表面上看，互联网卖的是服务，争的是用户，但究其根本，人心和人性才是成败核心。就像你永远不会去买一个杀人犯做的包子，以免吃到人肉叉烧包一样，每一款APP都隐含了产品经理对人性的洞察：发掘人性积极的一面，就有了“微信”；发掘人性消极的一面，便有了“秘密”和网络安全问题。

弗洛姆认为在古希腊，人们的生活目标是“追求人的完美”，现代人则是“追求物的完美”，结果把自己变成了物，把生命变成了财物的附属。于是，“存在”被“占有”所支配。这就是马克思说的“人的异化”。

这个世上本没有互联网世界，只是我们运用互联网发现了另一个世界，随之就引出一个“人类—互联网”的二元系统问题。在动笔写这本书的时候，我在小区的电影院重温了一遍影片《超验骇客》，迷思人类与互联网以及智能机器人的伦理问题、哲学问题。IT评论人吴波先生对这个哲学问题的表述是：

将互联网作为人类之外的独立力量来定义是个大胆的选择，我们首先承认互联网是非智能性的人类之外的一个整体存在，正如市场、自然、物理规则的世界一样，互联网世界是客观的“元世界”，它和人类构成了“人类—互联网”的二元系统。在这个二元系统中，“人类”作为系统中的“一元”，不断地与另“一元”互联网发生物质、资源、信息等方面的交互作用，具体包括三个方面的内容：一是物理“交换”，物质性、理念性、空间性、延伸性、度量性等范畴在线上线下不断发生交换作用；二是活动“融合”，人类在线上和线下的活动、行为、状态，经过积累性、双向性的模仿、搬运、模拟，最终实现融合作用；三是智能“提升”，人类为了服务自

身不断强化互联网，最终必然催生互联网智能，从而完成人类和互联网在智能层面上的互相提升。

提笔之际，竟一时茫然，互联网知识和信息浩如烟海，正如康有为在《诸天讲》所说：“然天下之物至不可测，吾人至渺小，吾人之知识有限，岂能以肉身之所见闻而尽天下之事理乎？”，然而约翰·洛克说，“心灵白板，但有认知能力的人”通过归纳、演绎的交互使用，也会得出“局部真理观”。

黑格尔心中有一个“世界之神”，物质的、精神的东西都从它那里产生，最后又都返回到它那里去。这个“世界之神”，并非上帝一样的存在物而是一种“精神”。它是在自然界和人类社会出现以前，就存在着的一种精神性的本原，即“绝对精神”。所有在我们面前展现的世间万物都是“绝对精神”自己展开和实现的结果，看到的只是“现象”，透过现象，它们本质上都是“精神的现象”。那么，绝对精神是怎样把世界万物都实现出来的呢？黑格尔说，这就需要精神通过正—反—合的辩证法。后来者有如马克思等人在批判黑格尔的这种客观唯心主义时指出，通过抽象思维把它们升华或蒸馏为先于物质世界独立存在的实体，不可避免地部分陷于神秘主义的创世说和宗教信仰主义。

轮椅上的霍金撰文对互联网进入智能时代做了令人深思的点评：“成功创造人工智能将是人类历史最大事件，若不懂如何避开风险，这也将是最后的大事。”霍金的意思是：弄得不好，生物人将消失，世界最后只剩下智能人了。尼采不是说“上帝死了”吗？

的确，人类创造神奇的互联网世界后，我们游走进出于虚拟与现实之间时，翻看互联网世界的前世今生，冥想互联网世界的叵测未来，确实有感于黑格尔的“绝对精神”。

以上感触——从我生活中一个消费者角色体验的变化，到工作中企业经营管理遭遇的挑战，再到个人精神灵魂深处的困惑——我想说明什么？人类社会存在的上百万年时光里，永恒的是人性真善美和假丑恶，不变的是人生老病死和悲欢离合，恒变的是时代舞台背景和演出道具。如果是在一个稳定的社会结构中和技术条件下，每个人无须迷失和迷思，只需要按照祖制成法，日出日落，田园牧歌，走完自己的人生旅程就行。问题是我们处在一个大时代纵横交错的路口，没有路标，只有人潮涌动和车马喧嚣中模糊的未知，个人和团队至少需要在摩肩接踵的嘈杂中，不被踩踏，辨别方向，选择路径。这是马斯洛行为科学中安全层次的基本需要。

世间万物正在接受互联网技术的驱使，各式各样的信息化的网络将覆盖我们的星球和全部生活，既有愿景，也有痛痒，但我们无力抗拒而且也反抗无效，只有遵循互



联网的发展逻辑，才是我们的唯一出路。对于传统行业的同仁们，互联网世界，我们需要走进去，但是更需要走出来。走进去需要勇气 and 知识，走出来需要能力和智慧。这是我们一起在本书里需要探讨的。

因此，在忙碌的工作之余，我们开始了一段有关互联网的浪漫与激情、苦累与快乐、把握与筛选、审视与追问。三年来，书里所写下的内容，既是有关互联网的理论实务、观察与感受，也是我自身所在的传统企业于转型中，对互联网理论的阅读和梳理以及实践的思考和探索。

我们以互联网发展的过往轨迹和未来走向脉络为经，以现实中线线面的实务实例为纬，在这个经纬坐标的四个象限里，试着进行宏观与微观的结合。作为“网络文化大革命”的队员，我们也许只是泥水工匠的“捏合”罢了，若是误了您财经季播种收获的时光，先在此抱歉了。就像著名社会学家帕特南（Robert Putnam）在《独自打保龄球》里写的：“我们是想法、商品、恩惠和信息的交易员，而不只是传统的市场思维所造就的竞争者。”

我们在自己迈进互联网世界这道新门槛时，顺便在门口手书了一块字迹潦草的提示牌。如此而已。这是我们在本书中的角色和定位。这里的“我们”，我希望是一个“人以群分”的社群，大家能够同频共振。我们是理论的实践主义者，书里没有新理论，只有新运用；没有新概念，只有新概括；没有新创造，只有新综合。

（二）互联网时代的新写作：合众

“合众为一”（Out of Many, One）是美国国徽上的格言之一，所以美国全称是美利坚合众国，是以团结民众、实现民主为主旨的联邦制国家。这个词最先出现在一首名为《Moretum》的诗歌当中，相传该诗为奥古斯都时代的古罗马诗人维吉尔（Virgil）所作，在诗歌中，“color est e pluribus unus”描述了将各种颜色混为一色的情景。

在本书中，我们借用和演绎了一下这个高大上的概念。

我们作为本书作者，是一个由“60后”、“70后”、“80后”三个不同年代出生的人构成的三人组合，既有机缘巧合，也是刻意安排。

不同年代必然有不同的时代背景，必然有不同时代的印记和不同的思维模式。这3个年代刚好对应了改写中国历史走向的30年，对应了农业、工业、信息三个时代鱼贯出场的顺序和情景叠加，具有代表性和普适性，一方面可以承续开始离场的“50后”，一方面可以对接已经入场的新生代：“90后”和“00后”。

我们过往和日常虽然都当过码字工，但既不是专家，也不是作家，即便编撰过一些不足挂齿的东西，也很快被历史和时间尘封，连擦屁股的用处都没有。现在突然心

生妄念，闭门造书，自找苦吃，直接的刺激，正如上文所述，间接的刺激，是来自于我的经历，通俗的说法就是起了个大早赶了个晚集。我在第一波互联网浪潮任过董事长的IT企业，当年也起过一点涟漪，总理、副总理都去捧场鞭策鼓励过，但是生不逢时，土壤气候都不成熟，先驱成为先烈，现在有幸赶上时代的感召，不能再辜负了。而这一波来势汹汹的互联网浪潮，裹挟横扫了所有的个人、器物和组织，我们才深刻意识到，这是一个大时代来临了，一个可以和文艺复兴、工业革命相提并论的大时代。这个时代来势之迅猛，多数人根本来不及反应，被浪头直接打晕。互联网就像魔法棒，改写了和将继续改写很多行业的面貌和命运，逐渐地融入人们的生活，无间道一样进入人的灵魂和思维。

如果说诗歌是时代风貌特征的体现，所有书籍又何尝不是时代的镜子和写照呢？于是有关互联网的书籍，跟着互联网起舞的节拍，如雨后春笋，目不暇接。“三十年河东三十年河西”是农业时代的节奏，“各领风骚三五年”是工业时代的场景，互联网时代是日新月异的，一切皆速朽，很多自以为是、自大狂妄的角色都是见光死。作为一个读者存在的我们，没有想过要去成为一个作者。吃鸡蛋是简单快乐的事情，生产鸡蛋就痛苦多了。更何况在实体书店、网络书店以及数字图书馆的海洋里，多一本书少一本书，就是一滴水的感觉。我们还有必要在书海里再加一滴水吗？

再加一滴水没有意思，加一滴佐料可不可以？

毕加索说过：“好的艺术家复制作品，伟大的艺术家窃取灵感。”创新就是把看似毫无内在关联的不同问题、想法、事物联系起来。“创造力，就是整合事物的能力。”这是乔布斯给我们提供的答案。“一花一世界，一叶一如来”，一朵花跟这个世界，有联想、联系、整合之处吗？

因此，写这书时我们压根儿就没有准备走传统的套路，希望用互联网思维融入一些新的元素。我们既郑重其事，又寓庄于谐，让您既是读家，又是玩家，我们大家一起来玩一把，开心就好。打开书，我们希望能够抛砖引玉，让您触类旁通或者会心莞尔；拿起手机，我们希望您通过二维码入口，获得意外的惊喜。如此，足慰也。

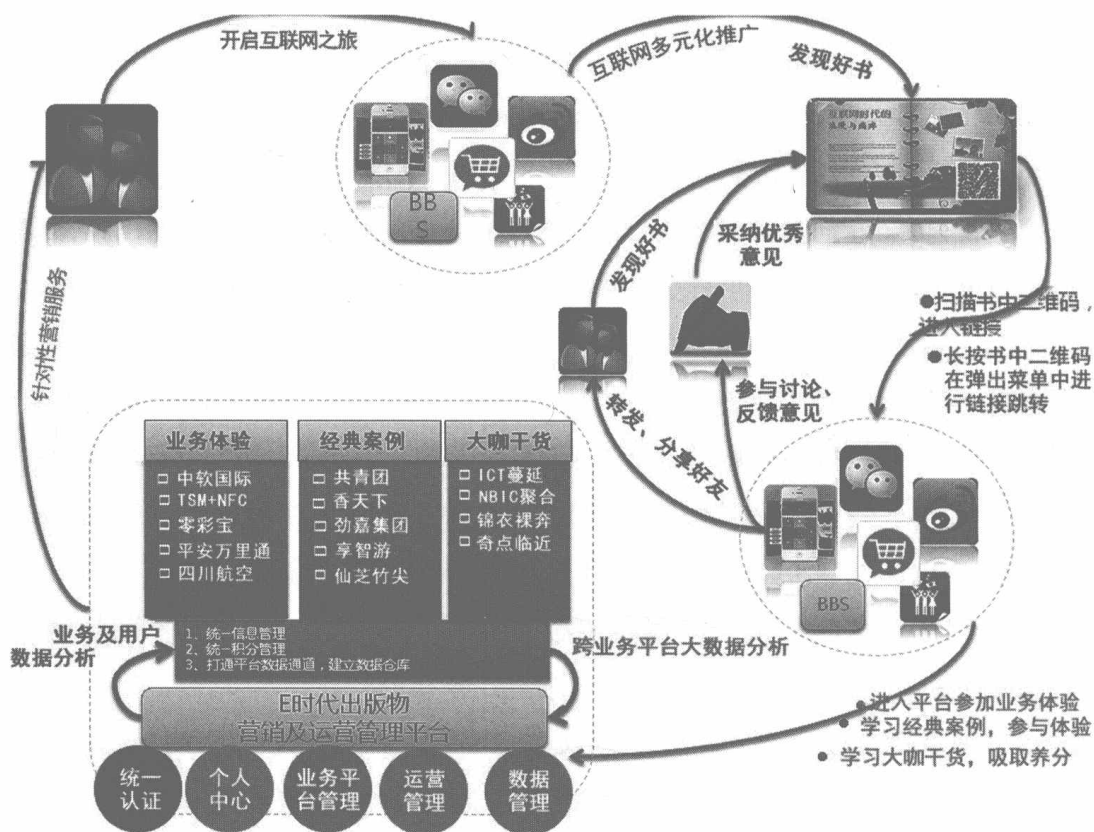
这本书，所谓“互联网思维”的新玩法，我们申请了一个出版专利（专利号：20151008755.8），把这本书定义为一种基于纸质书籍的社交平台及方法。

——**众包**：这个词的基本含义，指的是一个组织把过去由员工执行的工作任务，以自由自愿的形式外包给非特定的大众网络，以开源的个体生产的形式出现。但是它有别于分包。在美国《连线》杂志2006年的6月刊上，该杂志的记者Jeff Howe首次推



出了众包的概念，这个概念实际就是2005年在中国诞生的威客，起源于BBS上的互动问答。我们深知自己的能力、视野和知识有限，希望能够汇聚网络精英的智慧、思想、观点、信息，消除我们更多的盲区和谬误，实现我们在构架本书时的四个维度目标：信息含量、思想含量、技术含量和娱乐含量，真正集聚集体智慧，真正走群众路线。我们采取了众包的方式，在传统微信公众平台基础上，增加微社区和微商城等栏目，作为众包的主要落地平台。平台名叫：互联网PLUS道法术。

具体体现在两个方面：一是众包+创作。我们在微信、微博上开设了微社区，吸引网友一起参与，我们和大家一起互动，在互动过程中，除了把大家有价值的观点和内容吸纳到书中，还最终筛选出部分最活跃的参与者，成为我们本书的集体作者进行署名。二是众包+积分。本书通过微信公众平台的微社区进行互动，其互动过程中引入CRM关系营销管理方法：读者加入微社区，并绑定身份，成为会员；所有会员通过参与线上线下活动沙龙、发表话题、分享转发内容等方式进行互动，并对其互动过程进行积分累积管理。如下图所示。



本书信息技术管理平台拓扑示意图