

移动互联 风暴口的“猪”

审时度势，一飞冲天

谢亿民◎著

移动互联大佬雷军说：
“站在台风口上，猪都能飞上天。”

微信、互联网金融、
众筹、O2O……

我们迫切要摆脱的是“瞧不起、
看不懂、跟不上”的窘境。

在移动互联时代，要么被竞争者宰杀，
要么跳入风暴口，趁势而飞。



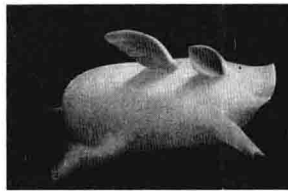
立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE



移动互联风暴口的 “猪”

审时度势，一飞冲天

谢亿民◎著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

移动互联风暴口的“猪”/谢亿民著. —上海:立信会计出版社, 2014.7
(工商智库丛书. 新思维读本)

ISBN 978-7-5429-4249-4

I. ①移… II. ①谢… III. ①移动通信-互联网络-
邮电企业-企业管理-研究 IV. ①F626.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 097746 号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 赵新民

封面设计 水玉银文化

移动互联风暴口的“猪”

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号

邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389

传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 三河市祥达印刷包装有限公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 18

字 数 250 千字

版 次 2014 年 7 月 第 1 版

印 次 2014 年 7 月 第 1 次

书 号 978-7-5429-4249-4/F

定 价 39.80 元

如有印订差错, 请与本社联系调换

韩彤伟

德州联拓电子科技有限公司总经理

非常喜欢谢总的文章，谢总作为一名浸淫于互联网和软件行业多年的资深 IT 人，他独到的眼光、对新生事物敏锐的嗅觉和犀利的观点，每每令人折服。

移动互联网是未来的大趋势，把握趋势才能赢得先机，而此书正是作者在移动互联网领域倾尽心血的一篇力作！透过此书，你可以洞见来自风暴口的玄机。

张凤岐

北京华企互联国际广告传媒有限公司主编

市场在变，谢亿民在追，且不知道到哪儿是终点站。累！不过，这并未影响到他的斗志，他不仅能与时俱进，而且能一次比一次更投入、更高调。他不仅让互联网思维对 XTools 沦肌浹髓，而且身体力行，亲自操觚，做起了自媒体人。他不仅写得多，而且写得狠，大有语不惊人死不休之势，他让自己的毒舌成了生产力，攘助 XTools 实现跨越式发展。

王鸿

企维 CRM 咨询培训中心 总经理

《移动互联风暴口的“猪”》是谢亿民先生为企业家奉献的移动互联思维的精炼，书中有对现实的再思考，也大胆预言了未来。如果您要想让您的生意站上风暴口，那就一定要阅读本书。

廖炯

长沙索拓电子技术有限公司总裁

亿民兄用多年对移动互联网的研究和经验历练沉淀出这本书，相信书中的案例和小故事一定会帮助你。今天是移动互联网时代了，创业环境不如以前，我们一定要善于发现市场规律，就是要找到风口，切入风口，顺势而为！

崔强

企明创想科技(北京)有限公司 CMO

《移动互联风暴口的“猪”》的作者谢亿民是我多年的老友，从年前到年后，这段时间他近乎疯狂，每天微信里都能看到他的新作，也受益良多。老谢是一个外形彪悍，内心细腻的人，这也遗传给了他的文字，相信能给你带来无尽的享受。

刘康

《科技与企业》杂志编辑

认识谢总时间不长，但印象极好。作为 XToolsCRM 的创始人之一，一直伴随 XTools 的成长，《移动互联风暴口的“猪”》带给你不一样的企业管理思维，看这个 feel 倍儿爽。

张奇

奇正纵横管理咨询有限公司总经理

2014 年，是移动互联的元年。微信，成为了 CRM 的代名词。值此大变局之际，企维谢总集十年深耕 CRM 之功力，沉淀十年商业变革之智慧，汇成此“风口上”的书，助一众粉丝站上时代的风口，变身会飞的“猪”。

焦心宽

石家庄盛世博达科技有限公司总经理

从信息化到网络化再到移动互联网，如果在信息化和网络化时代你没有驶入高速路，那么今天的移动互联网化一定不要错过驶入这个高速路的机会。而《移动互联风暴口的“猪”》就是你驶入移动互联网最好的通行证。

李树翀

北京赛迪网信息技术有限公司 总裁

经历风暴使人成长，经历风暴企业可以去芜存菁。站在风暴口，企业拼的不是力，而是顺应风暴的那一股气，气存久远者方能收获风暴里带来的那些机会，送给风暴口的猪。

阿朱

著名自媒体人

在工作中没有人知道你是游戏世界的一城之主，但现在机会来了，在移动的云上你可以借风而起开创你的新事业，这本书就是你的筋斗秘籍。

人称T客

著名自媒体人

企业高管玩自媒体需要诚意。干货，自然也很重要。如果不是内情人，谁都不会想到本书里面的全部内容出自企业管理者而非媒体人。内容从广度、深度、高度上句句见血，篇篇精彩，推荐阅读。

朱相东

上海雅尊贸易有限公司总经理

传统行业如何站上移动互联网的风暴口是人们关心和疑惑的问题，我所在的胶黏剂行业除了一如既往的专业性要求，在市场营销、渠道重塑、人员培训等方面，都面临着巨大的变革压力，谢亿民先生《移动互联风暴口的“猪”》这本书为我们深刻解析了新形势下为何变革、如何变革以及成功变革的策略和方法，值得你细细研读。

江明伟

沈阳金意淘广告有限公司总经理

无论是成熟的传统企业、如火如荼的电子商务企业，还是以电信、银行、娱乐等为代表的与民生相关的企业，都在探索和践行移动互联网模式，因为移动互联网孕育着极富创新性的商业模式。本书是国内移动互联网方面的著作，不仅宏观上叙述了移动互联网的概念、在各行业的应用情况，以及未来的发展趋势，而且还系统阐述和解读了各行业如何借助移动互联网来顺利实现商业模式的转型和升级；不仅极富洞察力地分析了移动互联网在营销体验方面的巨大作用，而且还经验性地总结了移动互联网的产品组织的构建与运营。理论上，本书饱含从实践中总结出来的真知灼见，宏观且有高度；实践上，本书呈现和分析了大量成功的移动互联网案例，具有较强的可操作性。

齐文军

智取时代（北京）科技有限公司创始人

谢亿民谢总是中国在线 CRM 的教父，其中移动互联网版 CRM 更对中国企业的发展起到改革性的推动作用；同时谢总又对移动互联网的发展大势有着深刻的理解和见解，希望我们能一同在此书中吸收他的精华和智慧，让我们一起顺势而飞！

朱翊

北京逐一传媒公司首席执行官

在过去的三百多年时间里，工业革命走过了各具代表性的三个历程，而当前随着互联网、云计算与大数据时代的全面到来，新的产业革命也即将开启新的篇章。谢亿民老师专为中国读者倾力打造的云计算解读著作《移动风暴口的“猪”》一书，将全面向中国读者介绍一个全新的云计算时代，同时谢亿民老师也将在书中分享他对当前云计算在商业模式、信息技术等领域的应用与探索，如果您正需要全面了解云计算，那么谢亿民老师的这本书必定是最佳选择。

谢亿民和我同为 70 年代人，在 IT 行业的经历也颇为相似。2004 年，他创办了中国最早的云技术模式的 CRM 企业，我们也很快就打上了交道，后来在微博上也经常交流，对 IT 作为一个 ToolBox 的定位我也颇赞同，但真正见面畅谈还是在 2014 年春节。

让 IT 直接产生价值，这是老谢一贯的想法。就是因为这样的导向，老谢在做在线云技术时首先想到的第一批应用工具就是 CRM（客户管理软件），因为这是营销客户、推进订单、服务客户的桥头堡。但做了多年后，老谢认为 CRM 还不能很直接就产生价值，大量的 CRM 工具并没有让客户直接参与，而只限于企业的营销、销售、客服部门内部使用。当下急切需要一种应用，将客户、企业内部各个业务部门直接打通。

要打通企业外部客户和企业内部组织，首先得找到客户、联系到客户。但寻遍互联网，企业需要的客户究竟在哪里？搜索引擎没法留存企业所需的客户，大家搜索完即离开，而这些搜索引擎展示完关联广告就向企业要钱。淘宝天猫等电商平台倒是留存了不少企业所需的消费者，但他们作为平台型企

业在竭尽全力把消费者养在他们自己的大池子里以控制商户。腾讯通过QQ、微信这两款通讯工具留存了更多的人，并且还天然地留存了最宝贵的人与人之间的关系，这些恰恰正是企业最需要的客户资源信息。

目前，微信已经聚集了3.7亿用户，这是谁都眼红的一个巨量受众群体，而且具有在线时间长，可随时随地访问，可免费推送信息，具备天然的账号体系、人际关系圈以及沟通工具属性。更让企业惊喜的是：微信还有企业公众账号、自定义应用扩展菜单。这不就是最天然的客户关系管理系统么？这不就是最好的能将客户与企业直接打通的工具么？

过去企业一直困扰于没有合适的方法将吸引客户、影响客户、与客户互动、处理客户订单到服务客户等客户化行为整体串联在一起，现在终于有了。这就是从未有过的先进生产力。这就是老谢反复强调的移动互联网的大风口。在大风口，猪也能飞起来，但前提是要给猪装备上先进的飞行工具。

移动互联网的微信作为通用型工具只是给企业提供一些基础支撑，而企业业务的开展还需要更切合需求的IT工具，这正是老谢目前正在干的事。有多年研发云计算、云端CRM的经验，老谢干起这个顺其自然、一气呵成。老谢写这本书，就是希望把大趋势、大机遇、先进工具、实操指引全都串在一起，给企业提供一本实战的移动互联网“飞行”指南手册。

不必为满天乱飞的云计算、大数据、电子商务、O2O、SNS、企业社交、可穿戴设备、互联网思维、互联网金融、团购大战、打车大战、并购大战而焦虑，回归到客户，回归到客户需求，回归到客户服务、客户满意、客户黏性，只要我们一直和客户紧密贴在一起，客户在哪里我们就在哪里，这个商业本质就永不过时。

阿 朱
著名自媒体人

我要感谢我妈妈，让我出生在 20 世纪 70 年代。回头看互联网在中国也只不过 20 年，我都经历了，所以我感谢我的妈妈，让我没有错过每一次精彩的演绎。

1995 年，当我单枪匹马闯深圳的时候，我在深圳赛格电脑城攒电脑，记忆深刻的是：内存条比黄金还贵；当时“联想”很火。

1997 年，很平常的一天，我和好友来到瀛海威的广州天河区的门店，为的是免费上网，印象里瀛海威代表的是互联网；当时，四通利方（sina 的前身）才刚刚成立。

1999 年，江民杀毒软件很畅销，那是拿麻袋从邮局运汇票的时代，连邦软件红遍全国，电子商务成为热词，阿里巴巴获得投资。

2000 年，我在 QQ 上认识的第一个网友叫“笨笨 2000”；网络通讯的腾讯公司红了。

2002 年，当我不打“红色警戒”后，网络游戏受到资本热捧。

2004 年，我和朋友创立了 XTools：中国第一家网上租用软件的公司，当时我们取名“月租型 CRM”，当时盒装软件退出历史舞台。

2006 年，“云计算”概念被提出，Salesforce 成为云中典范。

2009 年，免费大潮来临，江民杀毒消失了，360 杀毒崛起了。社交媒体“微博”开始火了。

2011 年，智能手机的崛起，微信出了 1.0；移动互联网横扫天下，诺基亚没了市场，小米手机蹿红了。

2012 年，“大数据”成为热词，“互联网金融”火了，“智能穿戴”也成为时尚。

2013 年，微信的注册用户量已经突破 6 亿，移动互联网的时代来了，引领手机即时通讯的腾讯又火了。

2014 年，马化腾和刘强东抱在了一起，要占领移动电商的中国高地。

这 20 年，企业起起伏伏，演绎着生生死死，瀛海威没有了；连邦软件没有了；诺基亚败北了；江民杀毒消失了……他们曾经辉煌过，他们曾经是那个时代的红人，成功的企业家，他们不是被互联网打败，就是被移动互联网所摒弃，作为消费者的我们却迎来了新的王者：微信、互联网金融、移动电商。

互联网很有意思，每一年都有新的热词，每一年都涌现出新的显贵；每一年也蕴藏着杀机和暗流；不管你是否追寻，不管你是否领悟和感知，他们都将自然演绎，大势所趋，真所谓：风口年年上，危机天天有。

互联网发展的十年，我从来没有回顾我的过去，因为我觉得自己还年轻，我有的是机会，但真的不知道机会在哪？何为“乘势而为”？

后十年，我们一直在埋头苦干，只是偶然抬头，发现我们误打误撞，从 SaaS 到云计算、到移动互联网，我们都在风口浪尖，但我们做得远远不够。

2010 年，我的朋友李剑威预言过移动互联网是下一个热潮，手机移动的管理软件将成为市场的热点和未来用户的选择，当时我却将信将疑。还好，我们的移动销售管理的 App“企维”的研发，让我们没有被时代所抛弃，我们赶上了这一趋势。

从那时，我意识到“前瞻、预见”对企业是多么的重要，“坚定、践行、乘势而为”需要紧随其后，“胜者先胜而后求战，败者先战而后求胜”。

雷军说：“踏上风口，是猪都能飞起来”，小米不能复制，但雷军的成功却一定有某种启示：企业家需要了解风暴口。因为，每个风暴口都可能是机会，都可能是乘势而飞的出发点。否则，我们将置身于危险的气流中。

我认定：移动互联网就是当前的风暴口，信则灵，信则有；坚定信心，让我们一起踏上风暴口。

引 言 变革、迷茫、躁动、拼杀的“移动互联网” / 001

迷茫和躁动 / 002

骚动，一切都在骚动 / 003

机遇 / 003

这就是机会 / 004

第一章 风暴口的猪 / 005

如果飞不起来，就被宰杀 / 006

颠覆就是翅膀 / 008

马斯洛的自我超越理论 / 008

颠覆剩余价值 / 009

颠覆付费，而不付费一定也能让事情更完美 / 010

我们还有什么先进武器，可以颠覆世界 / 011

结语 / 011

跳上风口，趁势而飞 / 012

不寻求自我超越，如何会让自己跳上风口 / 012

跳上风口，你有没有魔鬼 / 013

互联网的社会，“人心涣散” / 014

从商品世界到服务的转变 / 014

借助科技和创新，而非愚公移山 / 015

不懂科技，你将不懂商业 / 015

风险投资商的“时间机器”，预知风暴口 / 016

风险投资家的“时间机器” / 016

打车软件其实是舶来品 / 017

企业社交化也是未来的企业应用主流 / 018

捕风的汉子：风暴口的企业明星们 / 018

雷军：跳入风口的第一步 / 018

李彦宏：每一个产业都是风暴口 / 022

杨元庆说：联想不转型 = 被革命 / 025

马云：我们当然会嫉妒腾讯 / 028

马化腾的电子商务情结 / 031

现在我们该崇拜谁 / 033

第二章 “披着羊皮的”移动互联网 / 039

雾霾有毒，“移动互联”要命 / 040

九个词偷窥“移动互联网”的惊艳 / 041

关键词之一：人人平等 / 042

关键词之二：碎片时间 / 042

关键词之三：人性 / 043

关键词之四：场景 / 044

关键词之五：试错 / 045

关键词之六：唯快不破 / 046

关键词之七：粉丝经济 / 047

关键词之八：O2O / 049

关键词之九：跨界 / 050

雷军：手机是未来世界的中心 / 054

移动互联网无处不在 / 058

微信一夫当关，意图霸占移动互联入口 / 058

移动电商将在 2014 年爆发式增长，要关注，要领悟 / 060
快的 PK 滴滴，痛快到死机 / 064
What is WhatsApp, Facebook 不淡定了 / 065
谷歌智能眼镜将让客户无处遁形，隐私何在 / 071
阿里收购高德地图，更显称霸 O2O 雄心 / 072
两强相争 O2O，比烧钱，还要比格局 / 075

第三章 厉兵秣马，踏入风口 / 083

颠覆思维 / 084

企业家努力无用论，简直是逆天了 / 084
有悲伤的地方才会有圣地——重读卡耐基名著有感 / 087
“欲练神功，必先自宫”——送给苦哈哈的老板们 / 090
不要用“否定性思维”毁掉你的理想 / 093
大道至简：为学日增，为道日减 / 095
企业家的借假修真 / 097
为什么说雷军很狡猾，不是真心卖小米 / 099

战略高度 / 103

移动互联网的格局，马化腾的格局 / 103
移动互联网：让听得见炮声的人指挥战斗 / 108
管理就是顺应人性，赢得人心 / 114
企业家的大战略和微生态 / 117
谈老板如何脱！解脱、洒脱、超脱 / 143
圣诞老人告诉我成功的秘籍：“简单就好！” / 144
谈到锤子，想到企业家的修行 / 148

经营管理 / 150

如何让你变得“不可替代” / 150
TOC 的春天 / 151
马云为什么喜欢“打太极”：管理是能量的传递 / 154

- 好领导如何留下牛员工 / 156
- 老板必读的销售管理经验分享 / 157
- 性格决定命运，气场决定胜败 / 159
- 关注员工幸福才能给客户幸福 / 161
- 如何促销——塑造价值，不是割肉 / 167

第四章 风暴之霸：“吸血的”微信 / 169

微信为企业带来的不可或缺的危机感：微信到底意味着什么 / 170

- 微信建立了企业与客户的信息直通车 / 170
- 微信开启新的电子商务篇章 / 171
- 微信为企业带来应用维度上的拓展 / 172
- 微信未来的金融布局 / 173

马化腾不甘当老三，硬挤入第二阵营 / 176

- 前微信时代 / 177
- 微信中时代 / 177
- 后微信时代 / 178
- 金融微信时代 / 179

通过揭露“新年红包”的真相，谈微信三大战略 / 180

- 马化腾的移动电子商务布局 / 180
- 2014 年是微信国际化的关键 1 年 / 182
- 微信金融一定是 2014 年移动互联网发展的重要方向 / 183

把握微信的六大元素 / 183

- 微信公众账号：如何让“微信公众账号”不再是鸡肋 / 183
- 朋友圈：淡定看微信，朋友圈不是菜市场 / 185
- 微信群：退群宣言“欲望无序表达”和“微信群的悲哀” / 187
- 微信支付：将成为 O2O 的主要促销方式 / 188
- 腾讯下猛药：定中国移动电商的格局 / 191
- “微信红包”和“腾讯股票” / 194

第五章 微信实操之完全干货 / 199

玩转微信公众号 / 200

如何运营微信公众号（一）——微网站是大趋势，没有则被洗牌 / 200

如何运营微信公众号（二）——核心四步，搞定“微信公众号” / 202

如何运营微信公众号（三）——让谷粒更加有价值，谈公众号文章的撰写 / 204

如何运营微信公众号（四）——微信文章基本法，看了“马上发飙” / 207

如何运营微信公众号（五）——微信“阅读原文”的真正含义 / 210

如何运营微信公众号（六）——打鸟学营销 / 211

用微信做“营销”等于“耍流氓” / 214

企业家与“自媒体”有那么“一毛钱”的关系 / 216

媒体的变迁 / 216

电商企业的危机 / 218

企业自媒体 / 219

“粉丝经济”是强链接 / 219

花样百出的粉丝经济 / 219

粉丝经济是一个系统工程 / 220

粉丝经济的实质 / 222

企业家必读：鬼脚七的 30 万粉丝是如何生成的 / 223

B2B 公司如何“吸粉” / 225

尖叫、关系链、加速器：驱动企业踏上风暴口 / 226

移动互联网中企业家要把握的三大核心 / 226

粉丝经济是在关系链中重要的一环 / 227

不要看到美女就尖叫，要看移动互联网 / 228

移动互联网的“尖叫” / 228