



做自己

鬼脚七自媒体第一季

第2版

鬼脚七

电子工业出版社

做自己

鬼脚七自媒体第一季

第2版

鬼脚七 著

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

内 容 简 介

当我们习惯了在社会上带着面具的时候，真实成为了一件奢侈的事情。

做到足够真实，让自己的本性表达出来，这需要勇敢。本书是鬼脚七自媒体的原创文集，主题就是做自己。本书有关于生活、互联网、自媒体的睿智分享，也有关于淘宝、搜索的独到见解，是一本接地气，文艺范，并充满正能量的电商生活书。

本书最适合淘宝卖家、电子商务人群、希望了解电商和互联网的人群阅读，也推荐热爱生活的 70、80、90 后阅读。

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

做自己：鬼脚七自媒体第一季 / 鬼脚七著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2015.5
ISBN 978-7-121-25885-5

I. ①做… II. ①鬼… III. ①电子商务—商业企业管理—经验—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 074611 号

策划编辑：张彦红

责任编辑：徐津平

文字编辑：杨 璐

印 刷：北京天来印务有限公司

装 订：北京天来印务有限公司

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：720×1000 1/16 印张：18.5 字数：355 千字

版 次：2013 年 7 月第 1 版

2015 年 5 月第 2 版

印 次：2015 年 5 月第 1 次印刷

印 数：4000 册 定价：77.00 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。

序

写在前面

生活很有意思，很多事情都是在我们没有期望的时候自己发生，推动着慢慢向前走。

从没想过要做自媒体，也从来没想到还能出一本书。当“鬼脚七”的自媒体做了一个月以后，不少出版社的朋友跟我联系，问我能不能把我的文章整理成一本书，我当时就很肯定地回答说，谢谢，我不出书。我的想法很简单，我是做互联网的，要出书也是出电子书，为什么还要出一本纸质书呢？

当文章越来越多，发现很多的鬼友（所有关注鬼脚七微信和微博的朋友，简称为鬼友）在打印我的文章，有的只是打印其中几篇，有的居然花两三个小时从头到尾都打印出来。我当时很奇怪，手机和电脑上都可以免费阅读电子版，为什么还要打印呢？2013年4月底，公司要求我轮岗（在淘宝内部，业务负责人轮岗是经常的事情），即将离开淘宝搜索部门，部门的同事在欢送会上送给我一份很特别的礼物，一本528页的书，书的名字是《鬼友集》！把我的文章从第一篇到最后一篇都打印出来装订成册。当我拿到这本《鬼友集》的时候，感慨很多，我开始觉得有必要把文章整理成一本书。当这个念头出现的时候，我就开始联系出版社的朋友了。

鬼脚七第一季中，总共收录了93篇文章，大部分是自己写的，一部分是找电商专家约稿，还有一



部分是我摘录自网上的经典文章，包括了生活、互联网、自媒体、淘宝、搜索五个部分，其中比例最大的一部分，是生活感悟。当然，这种分类有些牵强，因为所有的领域，都和生活相关。我参加工作十几年，一直在做技术和产品，我想，如果把这本书作为一个产品，产品的用户是谁？能给用户带来什么价值？我在整理这本书书稿的时候，详细地思考了这个问题。

首先，最合适的读者是所有的淘宝卖家和电子商务人群。针对这类读者，里面所有文章都是可以阅读的，而且里面的电商运营、淘宝搜索的话题，绝对是经典，对工作和生活都有帮助。

其次，这本书适合希望了解电商和互联网的人群。这类读者，可以通过这本书了解电商，了解电商人的生活。

最后，我个人觉得这本书适合热爱生活的 70、80、90 后阅读，无论你的工作和电商是否相关。我对 70 前的人不太了解，我是 70 后，70 后的人会在找到很多生活和思想上的共鸣；80 后的人能看到上一个年代的人的思想；很多鬼友是 90 后，在上大学或者大学刚毕业时，他们经常给我留言说能从文章中学到不一样的思想。

是的，鬼脚七，做一个有思想的人。在我创作每一篇文章时，如果没有自己的观点和思想，那么这篇文章就不会发表了。我从上中学的时候就开始喜欢问长辈一些“我是谁”、“人为什么活着”等看上去很傻的问题，后来在看各种书中寻求着答案也自己思考着。很多问题没有绝对的答案，或者说根本就没有答案，我们只不过好奇而已。

很多朋友喜欢我把我过去三十多年的经历和思考，用文字慢慢表达出来，应该说，他们欣赏这种方式。在这里，没有精雕细刻的辞藻，也没激动人心的文字，有的只是平淡和真实，让你意想不到的真实。当我们习惯了在社会上戴着面具的时候，真实成为了一件奢侈的事情。就像我在 068 号文章《一个自媒体人的内心独白》（页码：112）中写道：

我知道自己不完美，但怎么做都会有不完美。现实生活中太多的伪装，无法做到真实的自己。在自媒体中，我为什么不试试呢？

做自己，就是第一季的主题。如果你耐心阅读，里面有很多事情和观点，都是在围绕着做自己。做自己有两个特点：真实、勇敢。做到足够真实，让自己的本性表达出来，这需要勇敢。这个勇敢只是让我们来面对真实的自己，面对自己的不完美，面对自己内心的阴暗面。其实，当你诚实面对自己的内心，你会发现，阴暗的一面会慢慢消失，你也会变得更加真实。

这本书的定价过程很有意思，一开始我觉得应该定低价，让更多人方便阅读，而不要纠结于书的价钱，反正我也没打算通过这本书赚多少钱。后来我仔细考虑又觉得不妥。现在太多的人买了一堆不该买的书，或者买了永远不看的书。很多书买回来放

在书架上，甚至一次都没翻过。他们还需要多一本《做自己》装点门面吗？我很不希望这本书被束之高阁，虽然这对我没有坏处，而且我还可以拿到更多版税。后来还是决定定一个比较高的价格，把内容精心编排一下，选最好的纸张，更加精美的版式，更加漂亮的包装，也让那些犹豫不决的人，不要轻易买这本书；而让一些喜欢看书的人，更加喜欢这本书。

因此，如果你不打算认真阅读这本书，真的不建议你买它。虽然我希望你买，但我更希望这本书对你有帮助。如果你买了不看，那只是对我有帮助，你多买一本，我就多几块钱的收入，我不需要这种帮助。如果你还在上学，经济比较紧张，也不建议买这本书，因为里面所有文章，在我的微信账号中，都有电子版可以免费阅读。

另外一方面，我又很推荐你买并详细阅读这本书。因为我相信它可以帮助你。我很有信心地保证，如果你买了这本书，且从头到尾详细阅读了一遍，你觉得文章对你没有任何帮助，可以发邮件到 guijiaoqi-open@qq.com 和我联系，把书寄还给我，我把你买书的钱退给你。任何条件下都可以退，哪怕封面弄脏了，哪怕上面你还写了自己的名字，哪怕里面你还做了简单的笔记。

总之，这是一本买了就应该好好阅读的书，阅读了会让你静心的一本书。当你不确定自己要不要买这本书时，我建议你先看看那篇 068 号文章《一个自媒体人的内心独白》（页码：112），看了之后你准备继续阅读其他内容，你就买下它；如果你发现不过如此就放弃。但一旦你买下了，一定要抽时间阅读。

阅读这本书，有多种方式可以选，我这里提供三种方式：

1. 如果你有足够的耐心，准备把文章都看一遍，那么你可以按照我写文章的时间顺序来阅读。从书中的 001 号一直到最后一篇。这样你会看到一个真实的鬼脚七的成长过程。无论是文章内容还是思考问题的方式，都有成长。本书有两个索引目录，其中一个目录就是按照时间顺序排列的（见 286 页）。

2. 如果你对电商领域一点儿都不了解，或者时间太少。你可以按照文章分类来看。例如看看生活类、互联网类的文章，等看完了再看别的类的文章。其实这本书中很专业的文章特别少，大部分文章都是深入浅出，通俗易懂的。

3. 如果你只是想偶然翻翻，把书放在床头或卫生间。你可以随意翻开目录，或者翻开书，看看你喜欢的文章。绝大部分文章都很独立，前后没有太多的关联。

最后一种方式，是我推荐的方式，也是“最生活”的方式。

是啊，生活就是这样，充满了很多随意性。当一些事情在我们意料之外出现的时候，我们可以试着接受它，然后慢慢往前走。

目录

Contents

2-47

49-87

第一篇 关于生活

2	做自己	002 号
4	勇敢向上，坚决向左	007 号
6	关于无常	008 号
8	谈出发点	014 号
10	两个故事	018 号
12	回家	019 号
13	借假修真	020 号
15	我们还能专注吗	023 号
17	如何超越时间	027 号
20	不要让时间支配了你	031 号
24	世界上最远的距离	039 号
26	关于情绪	044 号
28	提问的原则	047 号
32	放下与爱情	049 号
35	知易行难	050 号
38	空杯和学习	055 号
41	如果还有明天	058 号
44	我们是一群乌合之众	066 号

第二篇 关于互联网

49	快和慢	005 号
51	什么是中小微企业	011 号
53	是谁在阻碍我们创新	022 号
57	《是谁在阻碍我们创新》文章背后的故事	022 号
60	用互联网的方式做公司	028 号
64	关于产品经理的四点思考	036 号
68	发生在每个人身边的商业案例	038 号
72	降级论	052 号
77	小偷的故事	056 号
81	该觉醒的互联网产品经理	060 号
85	慢公司和小而美	060 号

59-132

第三篇 关于自媒体

89 关于孤独	001 号
91 自媒体广告，卖的是未来	017 号
95 管理员工：有人用梦想，有人用麻将	030 号
99 自媒体广告，到底值多少钱	041 号
105 自媒体人，你能走多远	045 号
108 自媒体价值探讨之#微任务#	053 号
112 一个自媒体人的内心独白	068 号

134-229

第四篇 关于淘宝

117 关于苦——和一个年销售额 5000 万 的卖家的对话	003 号
120 无变化，不阿里	006 号
122 一个淘宝卖家如何做到 10% 订单 来自微信	009 号
126 由白菜价引起的思考	013 号
129 我接触的马云	024 号
132 一个淘宝卖家交税的故事	029 号
136 淘宝客服的那些事	034 号
146 淘宝客服的那些事（2）	034 号
155 淘宝客服的那些事（3）	034 号
165 关于淘宝直通车的那些事	040 号
171 关于淘宝直通车的那些事（二）	040 号
182 关于淘宝直通车的那些事（三）	040 号
186 关于淘宝直通车的那些事（四）	040 号
194 如果时间有背景，你会不会一直仰望	042 号
198 从《我是歌手》学淘宝运营（上）	054 号
202 从《我是歌手》学淘宝运营（下）	054 号
207 运营是门艺术	065 号
210 淘宝卖家如何玩转微信	071 号

230-294

第五篇 关于搜索

- 214 鬼脚七在北京网商会上的演讲 004 号
- 216 淘宝搜索的 2012（上） 010 号
- 220 淘宝搜索的 2012（下） 010 号
- 224 搜索的悖论 015 号
- 226 淘宝卖家应该知道的搜索知识（上） 016 号
- 229 淘宝卖家应该知道的搜索知识（下） 016 号
- 232 如何做淘宝搜索标题优化 021 号
- 237 如何做淘宝搜索标题优化（续） 021 号
- 242 鬼脚七 2013 年 3 月在搜索学院上的演讲 025 号
- 251 淘宝常见问题及鬼脚七的回答（1） 037 号
- 256 淘宝新店应该修炼的 9 大内功 051 号
- 261 你不知道的淘宝搜索功能 057 号
- 266 鬼脚七回答淘宝搜索问题 067 号
- 270 淘宝搜索优化之道（2010.10） a7 号

298-306

尾声

- 275 相聚和离别（第一季大结局） 069 号
- 279 「第一季·做自己」经典语录 070 号

第一篇

关于生活



做自己

——2013-01-04 002号文章——



“7哥，您有空吗，我们这里有很多人特别希望能得到您的指导！”

“7哥，你太牛了我是你忠实的粉丝！”

“7哥，能得到您的签名吗，能和您合影吗？”

每当看到或者听到有朋友这么说，说实话我心里有点儿慌。在给公司的主管们讲管理课程时，我经常讲一个故事：

以前有只饥饿的老鼠，找食物时找到了一个佛塔，于是，天天吃着贡品，发现每天还有人对它烧香跪拜，感觉十分良好。

后来来了一只猫，很容易就抓住了这只肥老鼠，要吃掉它。

老鼠说：“你不能吃我，你吃了我，这些人拜谁去？”

猫讥笑着说：“他们拜得不是你，而是这个位置！”

然后，就没有然后了。

很多管理者容易成为这只老鼠，因为下属都顺着他。很多淘宝小二也容易成为或者已经成为这只老鼠，因为有些小二的位置确实很重要。

我一直用这个故事来提醒自己：做自己。

有卖家问我：“我新开店，看了你的视频和文章也改了很多，虽然搜索流量有增加但效果还不明显，为什么？”我说：“如果新开店就一下有很多流量，你让那些开店几年的人情何以堪？”

有卖家问我：“重新修改标题会不会被降权？从外部引流的成交搜索会不会得到认可？活动怎么搞会更容易被搜索、排名更靠前？”我说：“你做好你的运营和服务就好了，只要不是欺骗消费者就一定没事，搜索的事情我们来操心。”

淘宝开店也是一样，大家做好自己就好。

生活挺不容易的，大部分时候你不得不戴个面具。为了别人也是为了自己。

天下网商许维上次在微信上说：

什么是成功人士？就是什么时候想不装蒜的时候就能不装蒜。

虽然我不是成功人士，但我在微信上真不想装。开这个微信公众账号之前我也在担心，我没有 Fenng 消息多，没有白鸦见识广，没有雕爷那么文艺，更没有程苓峰那样专业，微信把信息直达每个手机，写得不好岂不是被人笑话？

后来不担心了，因为我想清楚了：做自己。

渡边淳一写过一本书叫《钝感力》，说社会上大家越来越敏感，我们如果想要幸福，则需要变得不那么敏感，那种能力叫钝感力。要想做好自己，很需要这种能力。

人生太短了，没时间来扮演他人，做好自己。

勇敢向上，坚决向左

——2013-01-11 007号文章——



我的新浪微博签名中曾经有一句话：勇敢向上，坚决向左。十多个人私信问这句话的意思，一直没有解释，本来这句话是由阿里集团参谋长曾鸣曾教授说的，让我感触颇多，后来就作为座右铭了。这句话曾经影响我很长时间，这里分享给大家。

【勇敢向上】

无论你是自己创业，还是在给别人打工。工作总会遇到困难和挑战，你面对的态度如何？每个人都有恐惧的时候，都有不敢开始的时候，但事情经常没有我们想象中的那么可怕。

要敢于向上承担，要敢于承担远远超出自己能力的责任，这样才有大发展的可能。

曾鸣教授举了两个案例：

1. 2002年长江商学院成立，曾教授当时是最年轻的教授，主动承担了第一堂课，当时学院还没拿到教委批文，学员上课的时候，连学费都没交，不少人担心会有学员上完课后直接走人。结果，曾教授一战成名，口碑非常好；
2. 曾教授担任中国雅虎总裁，虽然后来自己也觉得结果不太理想，但对曾教授做阿里集团帮助非常大。

在淘宝北京办公室的一个会议室墙上写着这样一句话：
与其害怕失败，不如痛痛快快地失败一回。

我们都还年轻，勇敢一点，就算失败也没什么大不了的。记得《心灵鸡汤》里有一句话是这么说的：

不逼一下自己，永远不知道自己有多厉害！

【坚决向左】

传统意义的左派，又称左翼，是指支持改变传统社会秩序，右派则相反，支持维护传统社会秩序。在生活中，左派，代表激进；右派，代表保守。

坚决向左，便是指抗拒自己的惯性，坚持走与众不同的路。

每个人都有自己的习惯，做事方式。到一个环境以后，时间长了，很容易开始得心应手，变得很舒服。这时候其实就需要变化了，需要坚决向左。

一个公司的成长，一旦到了一定规模，就有很大的惯性。思考问题、开发项目都会按照这个惯性走。很多人指的公司基因，也是如此。这个惯性的强大，很难因为某个人而改变。要减弱这个惯性的影响，也需要坚决向左。

从平庸到优秀，很难，但不是最难的，因为只要能把握机会、发挥长处就能变得优秀；更难的是从优秀到卓越，因为一旦优秀，惯性很大，很难再突破自己。

座右铭，都是那些自己想做但很欠缺的东西。所以我用这个座右铭来提醒自己。怎么样才算做到了？

我希望，有一天，大家看见我，不再想到淘宝搜索。

关于无常

——2013-01-14 008号文章——



无常，是佛法中经常用到的词语，不过没有想象中那么神秘。顾名思义，无常就是没有常态。更通俗地讲，一切都在变化。

一切都是无常的。每个个体都只是变化中的某个状态。

一个喝茶的瓷杯很漂亮，打破之后呢？就是几块瓷片。形成瓷杯之前呢？就是一把泥土而已。

人最早就是精子和卵子的结合，到长大成人，像我们这样，好像还要活几十年，但谁能保证明天不会有车祸？我们永远不知道，明天和意外，哪一个先来。

每一段感情，也都是一段过程。他/她只是在这个时间的状态下，是你的恋人；父母也只是在这几十年是你的父母。无论长或是短，都只是一个状态的长短。

如果你忧伤，那你可以去想，这是无常的，没有人永远忧伤；如果你委屈，那你也可以去想，这是无常的，没有人永远受委屈。这样的我们能回归宁静和淡定。

事物如此，感情如此，工作也是如此。

在淘宝上创业，流量低时不要沮丧，因为这不会是常态，只要努力就可以改变；流量高的时候不要过于兴奋，因为这不会是常态，需要做好各种准备。淘宝搜索也是变化的，每天卖家的数据在变，用户的行为在变，淘宝的策略在变，时间在变，搜索排序结果也会随之而变，搜索亦是无常。

我们不会因为天气变化而焦躁不安，因为我们知道天气是无常的。当我们预期一切事物皆是无常时，或许我们内心会更宁静和淡定。

看到这里，或许有人说：照你的意思，一切都是无常，我们就不用努力了，等着变化就好了。

当然不是！把无常想像成一个巨大的方程式，里面有成千上万个变量，正是因为如此多的变量，导致无论是事物还是情感，一切都是无常的。但在这些变量中，我们的言行，我们的努力，是这里面最重要的变量。

我们小心一些，瓷杯不会轻易打破；我们遵守交通规则，就能减少一些意外产生；我们多照顾父母身体，会让父母的状态延续更久；我们改变一些营销策略，可以慢慢走出流量低谷；我们做好产品和服务，可以让高的流量延续。

影响淘宝店铺自然流量的变量有哪些？产品是否足够有特点，包装是否吸引人，信息是否准确完整，服务是否达到标准，经营是否足够诚信。这些都是我们可以去努力的变量。

我们常说“随缘”。随缘不是什么都不做等着以后发生任何事情，随缘也不是不看结果。结果重要吗？当然重要！不然我们奋斗也没有意义。但结果不是我们可以控制的，我们可以控制的是变量，也就是因。当我们在因上做了自己一切能做的事情，结果就已经确定了。无论你是否焦急兴奋还是沮丧，结果的好坏不决定于你的心情，决定于你之前的行为。

有句话叫：菩萨畏因，众生畏果。我们都是众生，我们担心年底能否晋升，担心女朋友会不会离开自己，担心父母身体会不会有问题，担心店铺流量低……众生只怕恶果，不知恶果起缘于恶因，菩萨有智慧，戒慎于初，没有恶因，哪来恶果。我们开始应该考虑更努力地工作，更多地了解你的女朋友，更关心父母身体帮他们检查，努力做好产品避免作弊行为……至于结果会如何，不是我们能决定的，不要做无谓地担心。

如果用一句话来概括这个道理：

诸行无常，因上努力，果上随缘！

谈出发点

——2013-01-29 014 号文章——



修行的人讲：“时刻关注你的起心动念。”

佛陀前世为大悲商主，知道商人群中有个强盗要杀其他商人，若指出来，其他商人就会杀了强盗，商人会入地狱。若不指出，强盗杀了商人，强盗也会入地狱。大悲商主左思右想，最后决定自己杀了强盗。所谓我不入地狱谁入地狱。

我在淘宝内部管理培训的时候，也经常强调一句话：“出发点比方式方法更重要！”

当事情复杂且多变时，了解对方的出发点，经常能获得不错的效果。

《老子》说：

“万物并作，吾以观复。夫物芸芸，各复归其根。”

就是这个道理。

要了解一个产品，就要思考产品每个功能的出发点。同样，理解了搜索功能的出发点，就很容易理解搜索的规则，以不变应万变。

淘宝搜索的客户有三类：搜索用户，每天使用搜索找商品的人；淘宝商家，或者叫卖家；淘宝平台的业务。淘宝搜索的所有规则，无不是为这三个客户服务。

淘宝搜索的定位：方便快捷地帮助用户找到他想要的商品、信息和服务。很明显搜索用户是最重要的客户；淘宝商家是淘宝的根本，搜索需要建立一个相对公平的机制来让商家竞争，从而达到流量自动分配的效果；淘宝平台，指淘宝整个大平台，需要考虑平台长期的健康发展，考虑在平台上各个现有业务和新业务的成长。

试着回忆一下淘宝搜索的一系列规则：一些活动销量不计入搜索、人气排序流量取消、主图不能有太多促销信息、退款率投诉率不能太高、虚假交易要受到降权、推