

BW  
BroadWell

# 做自己

鬼脚七自媒体第一季

鬼脚七



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

# 做自己

鬼脚七自媒体第一季

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 1 季 / 鬼脚七著. —北京：电子工业出版社，2013.7  
ISBN 978-7-121-20710-5

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(2013)第 130784 号

策划编辑：张彦红

责任编辑：林瑞和

文字编辑：杨 璐

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：720×1000 1/16 印张：23 字数：478.4 千字

印 次：2013 年 7 月第 2 次印刷

印 数：5001～10000 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](mailto:zlts@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。

# 序

写在前面

2013-05-05

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，推动慢慢向前走。

从没想到要做自媒体，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，我当时就很肯定的回答说，谢谢，我不出书。我的想法很简单，我做互联网的，要出书也是电子书，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。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，最合适的阅读者是所有的淘宝卖家和电子商务人群。针对这类读者，里面所有文章都可以阅读，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 后的人会在这里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，他们经常给我留言说能从文章中学习到不一样的思想。

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，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：156）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，你可以发邮件给 [guijiaoqi-open@qq.com](mailto:guijiaoqi-open@qq.com) 和我联系，把书寄回给我，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，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：156），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 358 页）。

2. 如果你对电商领域一点儿都不了解，或者你时间太少。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

2-60

62-108

## 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 | 小感动          | 032 号 |
| 26 | 世界上最远的距离     | 039 号 |
| 30 | 关于情绪         | 044 号 |
| 33 | 提问的原则        | 047 号 |
| 37 | 提问的智慧        | 048 号 |
| 39 | 放下与爱情        | 049 号 |
| 43 | 知易行难         | 050 号 |
| 46 | 空杯和学习        | 055 号 |
| 50 | 如果还有明天       | 058 号 |
| 54 | 玩游戏的思考       | 059 号 |
| 56 | 我们是一群乌合之众    | 066 号 |
| 60 | 莫言: 悠着点, 慢着点 | a5 号  |

## 第二篇 关于互联网

|     |                           |       |
|-----|---------------------------|-------|
| 62  | 快和慢                       | 005 号 |
| 64  | 什么是中小微企业                  | 011 号 |
| 66  | 是谁在阻碍我们创新                 | 022 号 |
| 70  | 《是谁在阻碍我们创新》文章背后<br>的故事    | 022 号 |
| 73  | 用互联网的方式做公司                | 028 号 |
| 77  | 关于产品经理的四点思考               | 036 号 |
| 83  | 发生在每个人身边的商业案例             | 038 号 |
| 88  | 降级论                       | 052 号 |
| 94  | 小偷的故事                     | 056 号 |
| 98  | 该觉醒的互联网产品经理               | 060 号 |
| 102 | 慢公司和小而美                   | 060 号 |
| 106 | 小即是美——2012 年度网商发展<br>研究报告 | a2 号  |
| 106 | 我们理解的网络、搜索、计算机都<br>将消失    | a3 号  |
| 107 | 战胜免费                      | a13 号 |
| 107 | 张小龙: 微信产品观 (上/下)          | b2 号  |
| 108 | 周鸿祎: 像怀胎一样怀产品             | b3 号  |

110-160

## 第三篇 关于自媒体

- 110 关于孤独 001 号
- 112 自媒体广告, 卖的是未来 017 号
- 116 管理员工: 有人用梦想, 有人用麻将 030 号
- 120 自媒体广告, 到底值多少钱 041 号
- 127 自媒体人, 你能走多远 045 号
- 131 不能错过的那些文章(上) 046 号
- 137 不能错过的那些文章(下) 046 号
- 144 自媒体价值探讨之#微任务# 053 号
- 148 支援雅安! 鬼脚七广告开放三天 062 号
- 150 鬼脚七关于卖广告的回答 063 号
- 153 鬼脚七——第一季即将结束 064 号
- 156 一个自媒体人的内心独白 068 号

162-275

## 第四篇 关于淘宝

- 162 关于苦——和一个年销售额 5000 万  
的卖家的对话 003 号
- 165 无变化, 不阿里 006 号
- 167 一个淘宝卖家如何做到 10% 订单  
来自微信 009 号
- 171 由白菜价引起的思考 013 号
- 174 我接触的马云 024 号
- 177 一个淘宝卖家交税的故事 029 号
- 181 《一个淘宝卖家交税的故事》背后  
的故事 029 号
- 183 淘宝客服的那些事 034 号
- 193 淘宝客服的那些事(2) 034 号
- 203 淘宝客服的那些事(3) 034 号
- 214 关于淘宝直通车的那些事 040 号
- 221 关于淘宝直通车的那些事(二) 040 号
- 232 关于淘宝直通车的那些事(三) 040 号
- 237 关于淘宝直通车的那些事(四) 040 号
- 246 如果时间有背景, 你会不会一直仰望 042 号
- 251 从《我是歌手》学淘宝运营(上) 054 号
- 256 从《我是歌手》学淘宝运营(下) 054 号

## 第五篇 关于搜索

- |     |                            |       |     |                             |       |
|-----|----------------------------|-------|-----|-----------------------------|-------|
| 262 | 运营是门艺术                     | 065 号 | 277 | 鬼脚七在北京网商年会上的演讲              | 004 号 |
| 266 | 淘宝卖家如何玩转微信                 | b1 号  | 279 | 淘宝搜索的 2012（上）               | 010 号 |
| 269 | 马云演讲：永远不要放弃梦想<br>（2009.11） | 026 号 | 283 | 淘宝搜索的 2012（下）               | 010 号 |
| 269 | 2005 年 6 月 9 日：《对话》狂人马云    | a1 号  | 287 | 卖家如何应对淘宝搜索新功能               | 012 号 |
| 270 | 2013 年 2 月 3 日：《对话马云》      | a1 号  | 291 | 搜索的悖论                       | 015 号 |
| 271 | 马云：面对腾讯和阿里，该如何<br>创业       | 033 号 | 293 | 淘宝卖家应该知道的搜索知识（上）            | 016 号 |
| 273 | 马云最新演讲：不要去证明你的<br>模式是对的    | 035 号 | 296 | 淘宝卖家应该知道的搜索知识（下）            | 016 号 |
| 275 | 逍遥子：天猫的 2013               | a9 号  | 299 | 如何做淘宝搜索标题优化                 | 021 号 |
| 275 | 马云：时间会证明一切（上/下）            | a10 号 | 304 | 如何做淘宝搜索标题优化（续）              | 021 号 |
|     |                            |       | 309 | 鬼脚七 2013 年 3 月在搜索学院上<br>的演讲 | 025 号 |
|     |                            |       | 318 | 淘宝常见问题及鬼脚七的回答（1）            | 037 号 |
|     |                            |       | 324 | 淘宝新店应该修炼的 9 大内功             | 051 号 |
|     |                            |       | 331 | 你不知道的淘宝搜索功能                 | 057 号 |
|     |                            |       | 337 | 鬼脚七回答淘宝搜索问题                 | 067 号 |
|     |                            |       | 341 | 淘宝搜索优化之道（2010.10）           | a7 号  |

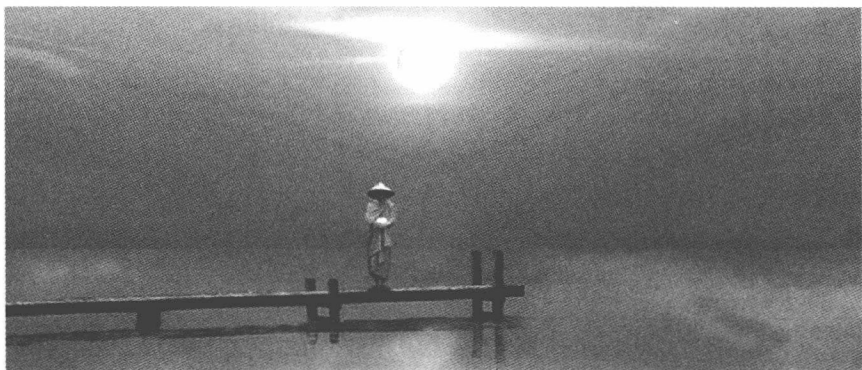
## 尾声

- |     |               |       |
|-----|---------------|-------|
| 346 | 相聚和离别（第一季大结局） | 069 号 |
| 351 | 「第一季·做自己」经典语录 | 070 号 |

# 第一篇

---

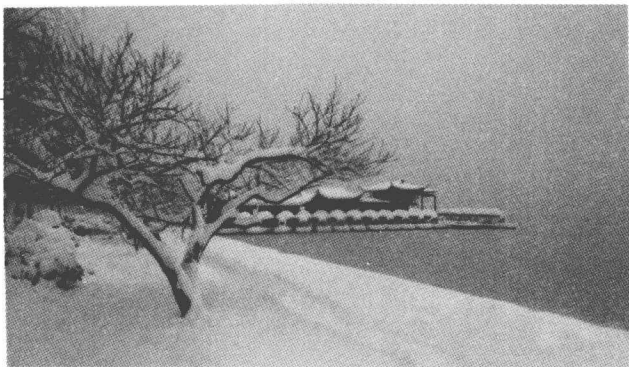
## 关于生活





## 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，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。

推荐一个淘宝搜索最近实现的功能“爱旺达”，直接输入“@掌柜名”搜索就可以进入这个店铺。这个功能的作用比大家想象的还要大。大家记得电视里面一些企业的广告吗？“你在百度搜索输入：肯德基营养早餐”。这个功能就是用来干这个的，让买家直接记住你的名字（当然前提是你的名字容易记）。如果方便，建议你在店铺装修中、包装盒上，都印上这个提示。接下来搜索也会做些活动来引导更多消费者这么用。

## 勇敢向上，坚决向左

——2013-01-11 007号文章——



我在新浪微博的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，要敢于承担远远超过自己能力的责任，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，很难再突破自己了。

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，你可以去想，这是无常的，没有人永远忧伤；如果你委屈，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！把无常想象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，指淘宝整体的大平台，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