

网络江湖



三
十
六
計

程苓峰 王晶◎著

张云帆◎顾问



经济日报出版社

网络江湖

三十六计

程苓峰

王晶◎著

张云帆◎顾问



经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络江湖三十六计/程苓峰,王晶编著. —北京:经济日报出版社,2009. 4
ISBN 978 - 7 - 80180 - 992 - 6

I. 网... II. ①程...②王... III. 三十六计—应用—网络经济
IV. F062. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 045329 号

网络江湖三十六计

| | |
|------|-----------------------------------|
| 作 者 | 程苓峰 王 晶 |
| 插 图 | 吕松鹰 |
| 责任编辑 | 赵 蒙 |
| 责任校对 | 韩会凡 |
| 出版发行 | 经济日报出版社 |
| 地 址 | 北京市宣武区右安门内大街 65 号(邮政编码:100054) |
| 电 话 | 010 - 63567960(编辑部) 63567683(发行部) |
| 网 址 | www. edpbook. com |
| 经 销 | 全国新华书店 |
| 印 刷 | 北京山润国际印务有限公司 |
| 开 本 | 710 × 1000mm 1/16 |
| 印 张 | 24. 75 |
| 字 数 | 378 千字 |
| 版 次 | 2009 年 6 月第一版 |
| 印 次 | 2009 年 6 月第一次印刷 |
| 书 号 | ISBN 978 - 7 - 80180 - 992 - 6 |
| 定 价 | 40. 00 元 |

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

开宗明义

开宗明义

网络江湖三十六计

①

无英雄，不江湖

没有英雄是不行走于江湖之中的。讲英雄，就必然讲到江湖。没有江湖不是英雄辈出的。讲江湖，就必然讲到英雄。

江湖搭台，英雄唱戏，缺一不可。

互联网就是一个江湖，兴许是中国商界最真实最精彩的一个江湖。它的特点是：

第一，新。互联网仅十来年历史，依靠创新崛起，朝气蓬勃。还没有出现一统江湖、天下归心的武林盟主。各门各派互不服气，相互挑战。一如战国时期。

第二，深。互联网产品千姿百态，盘根错节，相互影响，彼此渗透。搞得各门各派之间似敌亦似友，非敌亦非友。其中关系千变万化，各有乾坤。

第三，快。创新多，创新快，存在很多可能。今天的市井流氓可能就是明天的一派宗师。今天的盖世高手可能明天就被冷箭射翻。乱世之中，没有安全感。

所以，它值得你关注。

说江湖，不外乎四个方面：排座次，论谋略，说风格，讲恩怨。

排座次

第一类，宗师。

顾名思义，宗师就要开宗立派。在商言商，就是开创一个行业，创新一个模式，让万人受益。首推陈天桥和马云。

陈天桥开创网络游戏。如何收费、如何抵达用户、如何运营，打通了这个产业的血脉。从游戏收费到游戏免费、从搞代理到自建平台，莫立了这个行业的基本规则。跟在后面靠模仿就同样上市的公司至少有五家。

马云开创电子商务，构建阿里巴巴和淘宝两大平台。前者为中国中小型出口企业逢山开路，后者为中国千百万个人创业者遇水架桥。电子商务，不是为一个产业打通血脉，而是为整个中国商业以及与世界接轨打通血脉。

要做到宗师这一级，必须先有你，再有这个行业。若没有你，这个行业可能压根儿就没有。或者至少，也要迟到很多年。宗师能带动一个链条的繁荣，能建造一个生态体系。

有次跟一个老创业者聊天，说到所从事的手机游戏行业还不成熟。他感慨地说：“真希望这个行业出一个像陈天桥这样的领军人物，打造一个谁都看得懂、玩得起的模式，我们跟在后面发点小财就行了。”

之所以叫宗师，在于能无中生有，平地起风云。

第二类，王霸。

王者，霸气。就是要垄断一个行业，主宰一片江湖。首推马化腾和李彦宏。

QQ之前就有很多即时通信工具，百度之前就已经有不少搜索引擎。这两样都是老外的发明创造，在中国，也有早于这两家的先行者。但被马化腾和李彦宏一番折腾，垄断了中国市场，成就两个帝国。

要做到王霸这一级，必须你自己成为这个行业的代名词。QQ就基本等于即时聊天，百度就基本等于搜索。若没有你，这个江湖就是四分五裂，群龙无首。山中无老虎，猴子瞎起哄。

说到这个，马云也算是王霸。中国的电子商务基本是阿里巴巴集团的

天下，近乎垄断。但陈天桥不是王霸，网络游戏没有垄断，群雄逐鹿、各显神通。

宗师相比王霸有优越之处。王霸令人胆寒，宗师受人推崇。帝国有固定的疆界，有时间的限制。出了这个地盘，就是另一个世界；帝国瓦解了，王霸也就不存在了。多年以后，没人记得王霸是谁。但一个行业的寿命要比一个企业长很多，所以宗师开宗立派，其影响力、扩散力、穿透力经得起时间和空间的磨损。

垄断邮箱市场的丁磊也算王霸。只是靠邮箱圈到的地盘和收入，不如QQ和百度帝国疆域广远。论王者风范，稍逊于马化腾。论霸气，不如马云和李彦宏。

邮箱、即时通信、搜索是互联网三大基础应用，也成就了三个王霸。

第三类，枭雄。

之所以叫枭雄，要有独门武功、特异功能。能引领一个潮流，每一步都震动江湖。首推周鸿祎和史玉柱。

周鸿祎做3721、做360、做天使投资，每一步都是引领风气之先，给人启发、受人膜拜。做网游的人很多，但从驯服团队、强力推广、琢磨人性这三样特长看，没人能胜过史玉柱。江湖上一说到周鸿祎和史玉柱，令人胆寒，受人敬畏。

要做到枭雄这一级，你的名字必须与某些名词、某个事件紧紧联系在一起。一说到看透人性，说到地面推广，就是史玉柱；一说到安全软件、说到打仗、说到柔道战略，就是周鸿祎。你必须有思想，能影响人、打动人、振奋人。

这种人，一般都个性突出，来去如风。身在江湖，但不畏人言，不惧恩怨。中庸的人成不了枭雄。

第四类，掌门。

掌门就是一门之主。创立并兴盛一个门派，有独立的基业和地盘，成为江湖中稳定的一股力量。张朝阳、雷军、池宇峰、朱骏，所有上市公司的老板都是掌门。

他们所做的，就是能团结一票人，打下一片城池，在乱世之中拥兵自

重、号令一方。虽然都是掌门，但各人的看家本事都不同。比如雷军就事必躬亲，张朝阳就潇洒快活，池宇峰以研发为本，朱骏专门跟老外做交易。

这些分类都是就事论事，立下规则，对号入座。

不过互联网变化太快，创新辈出。今天的掌门和枭雄，明天就可能是王霸和宗师。比如雷军就瞄准了无线互联网，周鸿祎就卯上了网络安全。新领域里有新规则，大有可为。

论谋略

这里要说的谋略，不是雕虫小技，而专指成名之计，一门一派所能安身立命的根本。并且跟古代三十六计也不同，而是从这些公司的具体竞争手法里总结出来的。

第一类，王道之计。不是偶然，不是被逼，而是踏踏实实、环环相扣。一旦行出来就自然成王成霸。一计定天下。之后，用马云的话说，“用望远镜都找不到对手”。

腾讯是当之无愧第一大帝国，根本策略是“树上开花”。当早年三大门户都在三心二意同时做好几个业务时，腾讯一心一意只做IM，从1998年到2003年。正因为执著和专注，QQ垄断了即时通信。后来，在QQ这棵参天大树之上，不断繁衍出业务线，全部所向披靡：增值服务收入第一，SP收入前三，广告收入前三，网络游戏收入前三。至于更多其他小业务线，腾讯一般都在前三。

无论这棵树上能开多少朵花，每一朵花的基因都一样：QQ Inside。这来自马化腾的心智：凡事看根本，谋定而后动，耐得住寂寞。

阿里集团在综合实力上与腾讯在伯仲之间，根本策略是“顺势而为”。

马云先做阿里巴巴（B2B），再做淘宝（C2C），算是打实基础。接下来在淘宝基础上迅猛发展出支付宝（网上支付）和阿里妈妈（广告中介），在阿里巴巴基础上开始搞阿里软件（企业软件）。现在看来，淘宝的价值比阿里巴巴更大，但做得比阿里巴巴轻松。支付宝价值又比淘宝更大，但比淘宝更轻松。

顺手牵羊，就是借助已有资源快速拓展更强的新业务。这就叫顺势而

为。水到渠成，事半功倍。这来自马云的心智：野心大，布局远，路径清晰。

与上面两家的多年清苦积累大不相同，盛大的崛起就在一夜之间，是为“合纵连横”。

陈天桥当年手里没有现金，仅凭一款《传奇》游戏的代理合同，就打通电信带宽、服务器、销售、渠道等一整条网络游戏产业链。硬生生“整合”出一条遍及全国的庞大运营体系。真是平地起风云，空手塑传奇。

这套手法，旁人难以模仿。全赖陈天桥的心智：捕捉新机会的视野，辅之以过人的战略能力。但这种合纵连横有个缺陷：若开辟一个新领域，资源整合就容易；若进攻一个传统地盘，有人防守，则困难重重。陈天桥的“盒子”计划在思路跟《传奇》如出一辙，之所以受挫至今，就是这个原因。

第二类，机巧之计。虽精妙，但有诡诈有无奈。可克敌制胜，但难保长久太平。

百度崛起的最大障碍，是要突破强手的封锁。对待门户，用的是“卧薪尝胆”。早先并不推出自己的站点直接面对用户，而是为三大门户提供搜索技术，获得收入并积累经验。待羽翼丰满后，再推出 baidu.com 直接抢夺用户、反攻门户。对待强敌 Google，则用“貌合神离”。表面上接受 Google 注资，是在放低身段，麻痹对手，拖延时间。但暗地里全力追赶，悄然崛起，而后单独上市，反超 Google。

这也形成李彦宏“隐忍”的风格。

网易的成功，在于捕捉新机会。丁磊的最大特点，是灵巧。一招“左右逢源”，用得出神入化。看两个实例就清楚。第一例，网易最开始是邮件起家，但打着门户概念上市，接下来靠无线业务盈利，然后退出，转攻网络游戏，事成后再发力搜索。现在，网易实际上是家游戏公司，但顶着“三大门户”的招牌。第二例，网易发家广州，后来总部迁至北京，2004年折回广州，2009年，重兵又再度北迁北京。其间，网易研发重镇选址杭州。所谓狡兔三窟。

金山的成功来之不易。不断尝试、不断失败、不断抛弃，但能在关键

时刻舍车保帅，会一招“舍车保帅”。金山二十年历史，做过办公软件、毒霸、词霸、电子商务。抛弃过单机游戏、盘古组件、财务软件、彩信软件，还卖掉了中国第一大 B2C 网站卓越，最终把全部资源投入网络游戏，一战成名。

第三类，回天之计。处危难之中，不得已背水一战。挽狂澜于既倒，扶大厦于将倾。

此类计策，首推盛大。受韩国研发商威胁和诉讼，陈天桥反向收购其股份，化敌为友。这叫“反客为主”。被网易赶超丢掉老大地位，推出免费模式颠覆游戏规则，实现反超重做老大，靠的是“釜底抽薪”。

久游网单靠一款《劲舞团》上市在即，威胁到九城和完美时空。九城天价夺取《劲舞团 2》的版权，令久游网上市毁于一旦。而后完美时空推出免费游戏打击《劲舞团》，久游网雪上加霜。九城使的是“关门捉贼”，完美用的是“趁火打劫”。

周鸿祎 2005 年重出江湖之时，绯闻缠身，身无长物。但推出 360，剿灭流氓软件，赢来清白名声。同时顺势占领数千万客户端，打下立身之本。再推出杀毒、下载、浏览器等后续功能。其中含有“狐假虎威”、“釜底抽薪”、“守正出奇”、“借尸还魂”连环四计。可谓翻手为云，覆手为雨。环环相扣，逆转乾坤。

如上三类，各举了三个例子。至于更多阴毒之计，比如“反间计”、“苦肉计”、“上屋抽梯”、“欲擒故纵”，其中涉及更多公司，放在后面，一一详述。

说风格

风格要说透，必须做对比。

打个比方。采访老板就是一场对垒：你抛砖，老板来应对。楚河汉界在中间，相互攻防。中国互联网里，有四人风格尤其明显，自成一派。

陈天桥盛气凌人。你一抛砖，他就接招。滔滔不绝地讲解逻辑、勾勒宏图，附带强烈的世界观和方法论。接招还不够，紧接着一场铺天盖地的反攻。非杀到老巢，把你说服，转变你的思维，否则不会罢休。

丁磊则相反，你抛砖，他往回缩。问丁磊你为什么这么做，他会反问：那你怎么看？丁磊是团海绵，不吸干你不罢休。为吸干你，他会诱敌深入，把你拽进他的地盘来周旋。直到你自己晕了，他呵呵一笑：没戏了吧，自己收兵。

马化腾最有定力。你一抛砖，他给接着，也不反抛过来，就扔在地上。你再抛，他再接，还扔在地上。你问：为什么这么干？小马回答：一共三点。你说：这么干不对，人家说错了。小马说：哦，那也有道理，不过不适合我，再讲三点。马化腾的作风，是维持住楚河汉界。他不过来，你也甭想过去。

陈天桥是要否定你，丁磊是要吸干你，马化腾是要保全你。否定和吸干，在本质上都是对你有需求，保全你，表示人家对你没需求。小马这个人，冷静不偏激。

最后一派是马云。他跟陈天桥一样是讲道理，不过陈天桥的道理实，马云的道理虚。你攻过去，他跳起来，云里雾里，声东击西。你在地上，三两下就被搞晕。得，攻也没得攻，守也没得守，所以被叫成“蛊惑者马云”。他的话乍听有道理，细琢磨又太玄，不大靠谱，这就达到目的了。马云不是自称“风清扬”吗？一飘逸起来，没几个人看得清。

陈天桥跟马云是一派，天生领袖。气势大，说服力强。他俩都不懂技术，做战略一流。丁磊跟马化腾是一派，技术出身，工程师思维，亲自过问细节，属于沉潜型领袖。所以在对话风格上，陈天桥地面进攻，马云空中打击，丁磊退，马化腾守。

讲行军打仗，陈天桥跟马化腾是两极。陈“疾如风，侵略如火”，马“徐如林，不动如山”。讲战略突击，陈天桥跟丁磊是两极。陈激进，永为人先，自认天下第一。丁保守，永不为先，不是非要做老大。丁不冒险，怕犯错怕冤死。陈擅长冒险，不怕犯错怕生锈。

从与下属的关系看，分两类。

第一类，老板高出下面一大截，自己永远伟大光荣正确，下面只能仰视。比如史玉柱、陈天桥、周鸿祎。在企业里，他们行政、司法、执法一手抓。

史玉柱是代表。从前跟着史老板卖脑黄金的人，忽然有一天把工作服一换，推销起网络游戏。网络游戏是啥？不懂！不懂也没关系，史老板说了，有钱赚！这就是老史手下生猛无比的地面推广部队。由下往上，直到史老板左膀右臂都是如此。总裁刘伟，当过文秘、干过人事，卖过电脑、拉过广告，一追随就是十六年。我把青春献给你。不背叛，不挑衅。严格执行，绝对服从。

反过来，史玉柱对下面人讲义气，不抛弃，像乔峰。

第二类，老板确实高出下面一截，但自己并不总是伟大光荣正确。下面常有反对意见，甚至带点鲁莽。但老板有自制力，并不强硬控制。比如马化腾、李彦宏。两位都是白面书生，尤其李彦宏是个大帅哥。两个人都少发脾气，善倾听。公司职员（尤其女性）都喜欢呼其小名，小马哥叫Pony，李帅哥叫Robin。

比如李彦宏。2008年百度推即时通信工具，叫“百度Hi”。虽然李彦宏觉得另一个名字“百度小声”更好。但没办法，产品经理认为“百度Hi”更好，那就用“百度Hi”。谁让你是CEO不是产品经理，“我的地盘我做主”。这是沉潜型领袖。刻意营造宽松氛围，给人权力，有规则，懂分寸。

要讲为人处世，周鸿祎和李彦宏是两极。周之剽悍，李之隐忍，整个互联网无出其右。周鸿祎，遇上知音恨不能掏心挖肺，见了笨人压不住火，从来快意恩仇。李彦宏，就算背上插了把刀，他也能对着插刀的人潇洒一笑（看2009年春节联欢晚会了吧）。

至于其他人。

张朝阳超脱，偏柔，不刚强，像张无忌；雷军功力深厚，喜欢自己干活，心善，像段誉；池宇峰深陷江湖，却又力图超脱，胸怀大，做事到位，像虚竹；朱骏做事狠辣，不留余地，独来独往，像东邪。

讲恩怨

有江湖就有恩怨。说到恩怨，重点在怨，恩是其次。怨是江湖的本性。

纯粹商场上的竞争，其实不是恩怨。白天打仗，晚上还可以一起喝酒。一提起恩怨，基本都是私人之间，由商业竞争延伸进个人关系。就算白天不打仗，晚上见到也会皱眉头，这就是恩怨。

先说恩怨的脉络。

谁的性格最偏激、个性最张扬，恩怨就自然最多。周鸿祎和马云，恩怨比较多；马化腾和张朝阳，恩怨少一点。

周鸿祎跟 CNNIC 的毛伟，跟百度的李彦宏，跟马云，都面对面打过仗。怒发冲冠，动了气，中间有仇怨。马云跟周鸿祎，跟李彦宏结怨不浅。江湖人都看在眼里。马云跟陈天桥本是朋友，英雄惜英雄。可因为竞购华谊兄弟伤了和气，从此罕有往来，心中有芥蒂。

马化腾的腾讯帝国跟谁都竞争，被称为“全民公敌”。但低调、潜行，就算正面战场打红了眼，也很少放什么狠话，所以恩怨较少。其实马化腾打仗决不手软，侵略成性，不留余地。但都是在商言商，以硬实力取胜，所以麻烦还少。

张朝阳少有恩怨，是性格使然。做事不偏激，追求自我超脱。课余时间，就爬爬山、作作秀、蹦蹦迪、搞搞狂野 Party。不逞强，不生事，所以有人缘。2004 年搜狐被中移动惩罚股价暴跌，丁磊和周鸿祎都给张朝阳打来电话，安慰并且鼓励。老张人不错。

两个人一开始就是竞争，结怨的可能性反而小。如果一开始是朋友，后来结怨，麻烦就比较大。这叫反目成仇，以前的信任有多大，后来的怨气就有多重。

上面讲的陈天桥跟马云是一例，两个人都另外还有一例。

史玉柱没做网游之前老玩《传奇》，跟陈天桥算熟。当然，史玉柱是前辈，陈天桥介绍身边人给史玉柱认识。后来史玉柱把陈天桥最倚重的林海啸团队整个端走了，反过来跟盛大竞争，这就种下了恩怨。

马云跟周鸿祎也算朋友。周鸿祎说，当马云是前辈。后来马云接管雅虎，周鸿祎一直蒙在鼓里。中间马云请教过周鸿祎如何跟老外谈判，周鸿祎和盘托出，但没想到，马云看上的正是自己这座山头。后来，两家的口水仗打得很热闹。

表面上冷静不偏激的人，一结下恩怨也不手软。

雷军和丁磊，都很面善，人不错。本来很和气，丁磊当年出山时，得过雷军的指教。2004年周鸿祎进攻网易邮箱，丁磊就跟雷军通电话，商量对策。可后来雷军做网游，就成了对手。先是丁磊挖走雷军的猛将赵青，后是雷军挖了丁磊的重臣徐波。挖过来之后，做相似的产品进攻对方，这不留下恩怨才怪。

围绕恩怨，有个问题：如何面对恩怨？说白了，就是处理恩怨的法则。

整个法则就是两句话。

第一，“做企业，做人，要有报复的能力”。

有了恩怨，就要解决。以德报怨，在商场上很难行，除非我关门，让你独吞市场。所以报复是常态。没这个能力，没法在江湖上混下去，连谈恩怨的资格都没有。人家上来就灭你，你都不存在了，还谈什么恩怨？

毛主席当年就算勒紧裤带也要搞核武器。有原子弹，就有绝对的报复能力。我可以没有称王称霸的能力，但一定要有让侵略者让土匪流氓付出代价的能力，要有对等的打击能力。有这个能力，不是为报复，而是为和平。

报复能力，是杜绝恩怨发生的最好武器。这个思路，咱都是受益者，一个都跑不掉。

第二，“不要逼我”。

有了恩怨，就要报复。一旦报复，都不好受。所以，一定要有个“报复”的前提条件：我不先搞你，但如果你要搞我，我就搞你，还非搞翻你不可。

毛主席也说过神似的话：人不犯我，我不犯人，人若犯我，我必犯人。具体到核武器，那就叫做“不首先使用核武器”，非常经典。原子弹一炸，两败俱伤，所以我不用。但如果你敢用，那就等于是“逼我”，我只能也用。我用了不图救自己，反正都是死，目的在于“报复”。所以，我连自己性命都不要，全是因为“你逼我”。

这个思路，同样是求太平，求和气，要稳定。

传说这两句话出自雷军。高度概括的江湖法则，也是毛主席拿去跟美帝国主义和苏联老大哥叫板的国际法则。老人家保全咱国人的大道理，也适用于互联网江湖。

既然是法则，就没有不用的。雷军反击丁磊，就是这样做的。周鸿祎这样做，马化腾也这样做。具体实例，留到后面详说。

最后说，互联网这个江湖，确实真实而精彩。能在里面开宗立派、呼风唤雨的，都是一等一的人杰，英雄。他们之间的竞争、杀伐、恩怨，都是势所使然。所谓人在江湖，身不由己。

互联网作为中国整个商界创新最多、变化最快、最朝阳、最透明的一个产业，能给人无尽想像，最能激发个人斗志，唤醒个人激情。从唯物主义的角度，这叫时势造英雄。再用毛主席一句话：“江山如此多娇，引无数英雄竞折腰。”

所以要感谢互联网，网络英雄们才有用武之地，我们这些看客们才一饱眼福，跟着意淫一把江湖。

本书的由来

一本书的由来姻缘，其实就是跟一群人一些事联系在一起的，在此要感谢他们。

在《中国企业家》杂志做事的两年，有幸与陈天桥、马云、马化腾、周鸿祎、李彦宏、张朝阳、曹国伟、梁建章、沈南鹏等中国互联网一线的企业家有面对面的交流。这有两个效果：第一，对这些人的个性禀赋和思考方式有了切身感受。第二，看待商业的角度和层次都上到一个比较主流的位置。这是储备原料的阶段。

在网易做事的一年，有幸把自己的想法通过专题和策划的形式，全面而大胆地实现出来，并得到读者的直接反馈。在此基础上，完成了精英思维（大老板的视角）和草根思维（广大读者的兴趣）的对接。基本建立了自己看待商业、演绎商业、总结商业的体系。

于是，从具体竞争故事里总结出抽象的计策，整合中国互联网商战案例和江湖恩怨的《网络江湖三十六计》就成型了。

《网络江湖三十六计》成书，最先得到亚洲商港总裁符德坤的指点，对第一版三十六个案例做了梳理。后来得到多玩游戏联合创始人张云帆的帮助，对第一版案例做增删，形成了现在的版本。这个过程中，《21世纪经济报道》的王晶记者负责对资料的搜集、必要的采访以及案例结构的梳理。

下面，一一对关键人物做出感谢。

- | | |
|-----------------------|-------|
| 《中国企业家》杂志社社长 | 刘东华老大 |
| 《中国企业家》杂志前总编辑 | 牛文文老大 |
| 《中国企业家》杂志执行总编辑 | 李岷姐姐 |
| 网易副总裁、总编辑 | 李甬老大 |
| 网易科技中心总监 | 刘红鹰姐姐 |
| 网易财经中心副总监 | 李鑫老弟 |
| 亚洲商港总裁 | 符德坤老哥 |
| 178.com 创始人，多玩游戏联合创始人 | 张云帆兄弟 |
| 《21 世纪经济报道》资深记者 | 王晶小妹 |

目 录

Guangdong

| | |
|--------------------------|----|
| 貌合神离 | 1 |
| 案例：瞒 Google 百度自谋上市 | 2 |
| 评论：隐忍李彦宏 | 7 |
| 围魏救赵 | 12 |
| 案例：先发制人马云击 eBay | 13 |
| 评论：你的敌人究竟是谁 | 18 |
| 狐假虎威 | 21 |
| 案例：央视入局重挫百度 | 22 |
| 评论：兔死狐悲，莫引狼入室 | 27 |
| 以逸待劳 | 30 |
| 案例：陈彤骄兵 | 31 |
| 评论：谁逼疯了书生？ | 39 |
| 趁火打劫 | 43 |
| 案例：池宇峰追命久游 | 44 |
| 评论：“虚竹”池宇峰 | 47 |
| 处变不惊 | 50 |
| 案例：张朝阳押宝网游超新浪 | 51 |
| 评论：重生者强 | 56 |