



三美文化

SAN MEI CULTURE

中国传统文化
传播者

互联网 观 点²

互联网人
必备图书

秦 刚◎著

PERCEPTIONS
OF THE
INTERNET

长江出版传媒

湖北科学技术出版社

互联网 观 点²

互联网人
必备图书



长江出版传媒
湖北科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网观点 2 / 秦刚著. — 武汉: 湖北科学技术出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5352-4736-0

I. ①互… II. ①秦… III. ①互联网络-基本知识 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第008982号

策 划: 周佩芳
责任编辑: 周佩芳

责任校对: 周 周 赵 静
封面设计: 格·创研社

出版发行: 湖北科学技术出版社
地 址: 武汉市雄楚大街268号
(湖北出版文化城B座13-14层)
网 址: <http://www.hbstp.com.cn>

电 话: 027-87679468
邮 编: 430070

印 刷: 北京华联印刷有限公司
督 印: 北京三美文化传媒有限公司

邮编: 100176

700×980 开本1/16
2016年3月第1版

20.75印张 4插页 400千字
2016年3月第1次印刷
定价: 100.00元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

- 01 搜索要变天！不是百度不牛，而是微信更懂你 ◀ 3
 - 02 从搜索为王到分享为王 ◀ 8
- 03 微信红包让我们明白，阿里还活在上个世纪 ◀ 11
- 04 不和微信玩，你失去的不是一个机会，而是一个时代 ◀ 14
 - 05 免费就是最贵的 ◀ 16
- 06 互联网金融，轻松赢得信任的绝招 ◀ 19
 - 07 打造维修O2O模式的绝招 ◀ 22
- 08 移动互联网时代，讲故事是最有力的表达方式 ◀ 26
 - 09 非常有意思的价值包装术 ◀ 29
- 10 垂直网站新玩法：从流量思维到用户思维 ◀ 32
 - 11 没有太多钱，做APP就是找死 ◀ 36
- 12 上来就要做平台、整网站，这是个更大的坑 ◀ 38
- 13 江南春为啥砸上亿人民币做个微信公众号 ◀ 41
- 14 解决了一个小痛点，却发现了一个10亿美金的市场 ◀ 44
 - 15 汽车网站都需要找干爹吗 ◀ 50
- 16 Target、索尼同一天宣布撤出加拿大，庞巴迪裁员一千人 ◀ 55
- 17 小事不想干，大事干不了，传统企业就是这么死的 ◀ 58
- 18 公司+雇员会逐步没落，平台+个人会越来越兴旺 ◀ 61

- 19 创业者最缺哪种能力 ◀ 67
- 20 创业先问自己有什么，哪怕你只有几只母鸡，也能够做个大事 ◀ 72
- 21 决定创业成功的核心因素是什么 ◀ 77
- 22 如何和行业老大、行业巨人正面竞争 ◀ 80
- 23 18个可能毁掉创业者的错误 ◀ 83
- 24 创业者，请远离这五种投资人 ◀ 87
- 25 如何运作一个价值百亿的创业者社群 ◀ 90
- 26 22岁的他，为什么让美国航空公司如此害怕 ◀ 94
- 27 会讲故事的Uber司机，年入25万美元 ◀ 98
- 28 一张照片，一个希望，120万美金 ◀ 101
- 29 小而美，给创业公司提供高格调的工作咖啡 ◀ 105
- 30 年赚百万，八岁小孩玩玩具就做到了 ◀ 113
- 31 做减法，理发店也做到年收入几亿人民币 ◀ 116
- 32 至少10亿美金的项目，按小时租办公室 ◀ 121
- 33 异军突起的美国订餐平台Tapingo ◀ 124
- 34 一天，150万人民币 ◀ 127
- 35 创业者都去淘金，我就送水和牛仔裤 ◀ 130
- 36 卖门票的高档餐厅 ◀ 132
- 37 为啥卖个零食，也能融资6000万美金 ◀ 136
- 38 1亿多人出国旅游，上千亿美金，这里面有什么商机吗 ◀ 140
- 39 年过半百的大姐，玩产品社群日入20万元 ◀ 144

40	CEO不做自明星，被欺负都没地儿说理去	151
41	CEO做自明星的策略	160
42	职场人士做自明星的策略（上）	165
43	职场人士做自明星的策略（下）	170
44	自明星+绝活，微信时代的绝配	175
45	自明星如何打造自己的知识力	179
46	2016年，微商应该怎么玩	182
47	如何运营微信公众号，8张思维导图告诉你	190
48	微信订阅号如何变现？一篇文章卖出15万元的香皂	195
49	月收入过百万公众号的8个运营秘籍	200
50	做自明星——与其更好，不如不同	204
51	蓝海战略，移动互联网时代的制胜法宝	207
52	在这个无数人渴望一夜暴富的时代，我们最缺什么	211
53	免费与收费	215
54	发挥你的优势，控制你的弱点	219
55	如何做到心如止水	223
56	如何提高自己的影响力	228
57	断舍离	232

- 58 对有绝活的牛人来说，这是最好的创业时代 ◀ 239
- 59 自媒体明星+传统中医，愉快地玩耍 ◀ 246
- 60 粉哥：3个月赚20万的乡干部，用微商带领村民创富 ◀ 254
- 61 做个隐形冠军，轻松地吃他几辈子 ◀ 263
- 62 全世界没有做到的事情，一个音乐老师做到了 ◀ 273
- 63 创业仅半年，如何融资超1.5亿 ◀ 282
- 64 4年时间，如何获取2000万用户 ◀ 290
- 65 微信公众号还有多长的生命期 ◀ 298

- 读《互联网观点2》：传道、授业、解惑 ◀ 306**
- 天使赞助名单 ◀ 309**

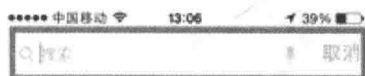


第一章

玩转互联网

INTERNET

01

搜索要变天！不是百度不牛，
而是微信更懂你

搜索更多内容



早上起来刷微信，发现微信自动更新到6.1版本了。

试用了一下。除了可以直接在聊天界面附件栏发红包之外，最引人注目的更新是微信搜索功能大大增强。

微信这个新的搜索功能强大到什么程度呢？强大到要撼动百度了。为什么？

百度现在是搜索市场的绝对老大，特别是在移动搜索上，它估计拿走了九成移动搜索份额，可以说现在百度在移动搜索方面是绝对的寡头地位。

同时整个百度搜索的流量大概有70%来自移动搜索，来自用户在手机上的搜索。简单来说手机搜索就是百度的现在和未来。

我想在昨天之前，谁也不会想到百度搜索会被颠覆，估计连马化腾也不会想到微信搜索会颠覆百度搜索。但是微信6.1来了，移动搜索的颠覆开始了。

如果大家下了微信6.1，同时体验过微信搜索的话，就大概能够感受到它的威力了，微信搜索不但用户体验非常好，而且搜索的结果更全面。

微信搜索的结果不但有朋友圈的信息，同时也有公众号、今日头条等APP，还有其他网站的文章。

我的结论是，未来，也许只用一年的时间，微信搜索就会抢去百度搜索20%以上的市场份额，甚至更多。

能够得出以上结论，主要基于下面几点：



1. 高频使用打败低频使用

微信是高频使用，一个人平均一天要打开微信30次以上，大概10分钟一次。而每天用户使用百度估计也就1到2次。

原来微信6.1版本没有出来之前，微信上基本搜不到什么有用的信息，现在用户在使用微信过程中顺手就能够完成搜索，为什么还要切换到百度上去呢？

本来移动端需要用搜索功能的场景就很少，而且小白用户又不会专门安装百度客户端来实现搜索功能，所以在移动生态里，低频使用的传统搜索引擎必将被高频使用的微信所取代。

2. 关系打败工具

微信上是你的家人、同学、同事、朋友，都是关系，而百度是工具。让用户抛弃一个关系难如登天，而让用户抛弃一个工具却是一瞬间的事情。当关系上还有好工具的时候，用户自然就会使用这些工具。微信钱包就是个很好的例子。

3. 个性化打败千人一面

在微信上搜索同样的关键字，每个用户得到的结果都稍微有点区别，因为微信会把你的聊天信息、你朋友圈的信息加上公众号、APP、网站上的信息同时显示出来，你的聊天信息、朋友圈的信息就是最个性化的信息，只有你才有，其他人没有。而百度搜索，千人一面，同样的关键字搜索出来的信息都一样。

4. 方便打败麻烦

微信基本上是每个智能手机必装的应用，在用微信时，顺手就搜索了。而如果要百度搜索，要不你先百度APP，要不就得打开浏览器，找到搜索框，或者输入百度网址，再搜索。别看只有几秒的时间，但用户还是会觉得麻烦。

5. 真人打败机器

微信搜索上的内容更加实用，更接地气，因为朋友圈的内容是真实的人产生的，就算是公众号的内容也是为了讨好用户，每一篇文章都是精心打磨过的。而百度搜索的内容，大量是网站为了搜索引擎优化，用机器、用算法产生的，以满足机器的喜好。

6. 群众打败个人

微信有6亿以上用户，走的是群众路线，微信搜索出来的是基于6亿用户使用习惯得到的结果，这是典型的你想看啥就让你看啥。

百度是李彦宏的，走的是个人路线，百度搜索出来的是百度这家公司喜好的结

果，这是典型的他想让你看啥就让你看啥。



7. 系统打败个体

微信就像是一个宇宙，每一个垂直网站、公众号就是宇宙中的大星球，而每一个个人号就是宇宙中的小星球。

各个App就像是这个宇宙外的小星球，他们不属于这个宇宙。现在微信这个宇宙已经6亿多居民，居民们在这个宇宙中可以实现基本的自给自足，例如，我们可以在微信上的京东商城里购买很多产品，大家可以看出京东商品种类非常齐全，我们可以在里面玩游戏。

未来，随着各个小星球的完善（公众号的强大），各个小星球能提供的服务会越来越多，宇宙中的居民就不需要到宇宙外找别的星球。

本来百度手机搜索APP就不是这个宇宙中的小星球，它只是一个个体，现在微信内部搜索逐渐增强，居民们能在自己的宇宙中搜到自己想要的一切，那还有什么理由跑到宇宙外去找百度手机搜索呢？

8. 高价值打败低价值

当你分别用微信和百度搜索某个关键词时，你会发现用微信搜索出来的内容价值

比较高。

为什么微信搜索出来的内容价值高呢？

首先，朋友圈出现的内容的价值高。这是由朋友圈的属性决定的。

因为朋友圈都是熟人、朋友，大家不会发太多虚假广告，如果有虚假广告怎么办？删除他啊。把这个人删除了，广告就没了。

但如果用百度手机搜索的话，立即一大波广告逼近，而且这些广告很多都是虚假的，你能把发广告的人删了吗？你找谁举报去？找李彦宏？开玩笑吧你，他靠什么赚钱？就靠广告赚钱。

其次，微信公众号内容的价值高。这是由微信的规则决定的。

经营过公众号的人都知道，每次发的内容都要讨好用户，都要给用户带来价值，如果不带来价值，别人立即取消订阅。如果不信，你拿一个10万人的公众号连续推送7天的广告，而且是没有价值的内容，看7天后你的粉丝还有多少。

微信这一招太狠，不给公众号流量，想要流量，自己去吸引。在这种机制下，公众号会自发自主地提供高价值内容。

有人会说百度技术很强大，用户使用百度已经成为习惯，根本没有办法离开它，所以你说的东西是不可能的。

其实只要微信能够抢走百度10%的搜索份额，就会产生戏剧性的变化。

什么变化？大量的个人网站、商业网站放弃百度，把所有重心转移到微信个人号、微信公众号上，会拼命往微信公众号上录入文章，为微信搜索而做引擎优化。

一个微信公众号一天能够录入8篇文章，上千万个微信公众号一起运作，每天就能够产生上亿篇高质量的、专门针对微信用户搜索习惯的文章。这些蚂蚁雄兵的力量不可小觑。

当初百度也是靠着百万的个人网站站长，靠着这些蚂蚁雄兵拼命地在自己网站录入内容，才有越来越多的内容抓取，从而慢慢变得越来越强大起来。

其实本来90%的搜索份额都是百度自己的，如果被微信抢走10%百度就会心痛，20%就心慌，30%就要哭，40%就崩溃，50%就要想死，60%就只有死翘翘了。

移动互联网时代是个可怕的时代，不管你是什么公司，也不管你最初做得有多大，被其他公司颠覆有时只是一夜之间的事情。

百度会被微信搜索颠覆吗？答案我想很快会知道。

PC互联网时代简单来说就是搜索为王的时代。

在PC互联网时代，所有的网站都在重点考虑一个事情：如何让用户在百度上更多地搜索到自己网站的内容。

即便你不是做网站的，甚至只是在淘宝上开个店，你整天考虑的事情，也是怎样让自己的产品更多地在淘宝上被搜索到。

所以有了SEO这个庞大的产业的诞生。

但是移动互联网时代来了，微信来了。甚至更极端地说，微信时代来了。那这个时代还是搜索为王吗？

在微信时代，互联网的重心从搜索走向分享。微信时代是分享为王的时代。以前网站是想办法让用户搜索到，现在是想办法让用户分享出去。

其实现在不光是要想办法让用户把内容分享出去，广告也是如此，因此现在的广告就是内容、就是话题，广告的最终目的就是让用户愿意分享给自己朋友，分享的用户越多，广告才越有价值。很多人看到这里，就会问，秦刚你怎么老是直接说结论，不展开说论点？

我写文章和别人不太相同，我其实不是要证明什么给大家看，而是直接告诉你结果就是如此，因为大家时间都比较紧张，看个观点就好。

结论非常清晰，微信时代就是分享为王的时代，明白了这个结论后，我们再来看：什么样的文章容易被分享出去呢？

秦刚给你慢慢道来，容易被分享的文章都有一个原则：

看标题就明白的文章，同时在手机上阅读时间上不超过2分钟，在电脑上阅读时间3分半左右的文章最容易被分享。

具体来说，以下这些类型的文章是用户分享最多的：

1. 能够激起用户快乐情绪的文章

能够激起读者情绪反应的文章绝对要比对读者情绪毫无影响的文章受欢迎。更重要的是，能够带来快乐情绪的文章又要比带来悲伤情绪的文章表现好。比如《爱上加拿大的99个理由》就比《加拿大又有一个艺人自杀》的文章更容易被分享。

2. 让用户非常愤怒和恐慌的文章

虽然让读者乐观积极的内容更受欢迎，但如果激起的用户情绪足够激烈，比如非常愤怒和恐慌，它们被分享的概率也很高。像政治丑闻和引发癌症高发的因素等内容。

比如：《每天久坐10小时，等于少活10年》。

3. 让读者觉得自己不仅聪明，而且消息灵通、见多识广的文章

读者在分享一些内容时，往往想表达这个内容我能明白，或者想要增强自己在朋友中间“消息灵通”的印象。对用户而言，分享这些内容是提高自己在社交圈形象的方式。

比如玩车教授的这篇文章被分享了20多万次：《为何恐怖分子永远都是丰田皮卡上架个机枪？》。

4. 排行榜类的文章

为什么“排行榜”性质的内容受欢迎？因为它们简单、实用且容易被记住。用户

在分享实用性质的内容时，会觉得自己是在帮助周围的朋友。而容易记住也会随时被拿出来作为谈资。比如《14个有生之年一定要去的澳大利亚冰激凌商店》。

5. 有代入感的故事类文章

大家都喜欢有故事性的内容，故事讲得越好，越能激发人们的兴趣，被分享的概率也越高。所以，有些文章之所以受欢迎并不仅仅因为它有一个挑逗的标题，而是因为其内容本身的质量就高。比如前段时间流行的《我只过1%的生活》。