



站在互联网风口上让你的财富飞起来

赢在 互联网思维

15位网络创富精英如是说

郭一平◎著

传统商业的调整与重塑，接地气的电商经营智慧

每一位投身网络创富大潮的人都应该读读这本书！

每一位在线电商掌柜都应该读读这本书！

每一位商业人士都应该读读这本书！



中国纺织出版社



内 容 提 要

互联网的快速发展和移动互联革命的兴起,引发了新一轮商业模式大洗牌,其创造的无限商机也给更多的人带来了财富。本书深入解读了15位网络创富精英的传奇经历,剖析了他们互联网思维的制胜之道。虽然从事的领域不同,但是他们举手投足之间充满了梦想和激情,他们的敬业态度、创新精神、用户思维、团队合作、高效执行力等,为后来者提供了有见地的经验和创业智慧,值得大家学习和借鉴。

图书在版编目(CIP)数据

赢在互联网思维:15位网络创富精英如是说 / 郭一平著.
—北京:中国纺织出版社,2015.7
ISBN 978-7-5180-1582-5

I. ①赢… II. ①郭… III. ①互联网络—应用—企业管理 IV. ①F270.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第087364号

策划编辑:于磊岚 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2015年7月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19.5

字数:264千字 定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



商业颠覆：一场关于互联网的思维革命

互联网引领了一场革命，或者说互联网本身就是一场颠覆性的革命：它改变了人们的购物方式，创造了不一样的支付方式，引领了一轮又一轮的商业浪潮……

经过短短十几年的发展，如今的电子商务早已经从一个呱呱坠地的婴儿成长为意气风发的少年，互联网思维也从一粒种子逐渐萌芽、破土、抽叶、长大，成为一面崭新的、极具号召力的商业旗帜。

业界对于互联网思维的态度各有千秋：一部分人视其为传统商业、企业经营的救世主，认为只要思维够颠覆，想法能搅局就是翘楚，就能成就一个网络创富神话；另一部分圈内人则认为互联网思维不过是互联网行业为了融资，为了谋求更多发展资源所炮制出的“新概念”而已，其内容本身并没有太多的实质性意义。

一千个人眼中有一千个哈姆雷特，雷军、周宏伟、刘强东等互联网行



业的精英们，对这场颠覆性的思维革命也都有着自己的独到看法。

“我们曾经是被互联网颠覆的人，今天我们刚刚成为颠覆者。”透过小米手机创始人雷军的这句名言，我们或许能够体会到互联网思维所蕴含的能量。中国并不缺少手机生产厂商，但小米却只有一个，有人戏称小米为搅局者，传统手机厂商走的是经销商、商场、店铺的销售路子，而小米却是官方网站独家销售。这种借助互联网思维模式打碎传统商业规则的经营模式正在成为一种商业常态。

马云的淘宝，刘强东的京东，李彦宏的百度、马化腾的 QQ……不管我们是不是愿意承认，互联网都在以一种病毒式的高速发展侵入每个人的生活，侵入每一处商业领地，即便像酒店、健身、旅游、餐馆、商场等线下实体，也已纷纷开展团购等互联网业务。俗话说，商场如战场，在互联网这个新兴的商业平台上，思维显得尤为重要。可是，思维是一种抽象式的存在，它究竟是什么呢？

“银行如果不改变，那就让我们改变它。”这是马云开办支付宝、余额宝，在互联网金融道路上一路走来所领悟到的互联网思维。

“互联网思维不是玄学，也没有神秘可言，我总结了四个关键词：用户至上，体验为王，免费的商业模式，颠覆式创新。”这是 360 创始人周鸿祎眼里的互联网思维。

“我不相信在这个世界上有一种商业模式，为你的合作伙伴创造很多价值，为你的用户创造很多价值，结果你倒闭了、失败了，如果是的话，

那一定是我们执行出了问题，或者是我们的管理团队出了问题，并不是商业模式出了问题。”当外界把互联网思维这个概念炒得如火如荼时，刘强东却在京东的内部会议上强调淡化这一概念，并反复告诫“千万别叫互联网思维，因为可能会走火入魔”。

“移动互联网不是改良，而是一场巨大的颠覆，要把思维变成行动工具。”在马化腾眼里，互联网思维真的没那么复杂，他从不担心自己跟不上互联网思维，而是害怕“越来越看不懂年轻人的喜好”。也正是出于对这种未雨绸缪的担忧，他每开发一款产品都要反复测试：“你们喜欢吗？小伙伴喜欢吗？”

“要么不做，要做就一定要出类拔萃。”淘宝网商韩洪英用“Be the Best”的信念实现了自己的创业梦，天高任鸟飞，海阔凭鱼跃，在互联网这个广阔的舞台上，只要你的思维够颠覆，你的事业就能做大。

.....

互联网思维又似乎是一个相当宏观的概念，身处互联网商业浪潮中的我们只能是盲人摸象，很难窥见其整个商业思维的全貌。领导阿里巴巴的马云也好，创办小米的雷军也罢，其实每个人对互联网思维的看法和认识都存在一定的片面和不足。

360的周鸿祎对这种片面和不足的认识尤其深刻，尽管360的用户达到了数亿规模，他依然保留着“逮谁给谁修电脑”的习惯，不管是机场、咖啡店，还是杂货店、办公室，只要有电脑的地方，就忍不住看看是不是装了



360，就会条件反射地顺便问问：“用得怎么样？顺不顺手？”

作为 360 的顶级管理人员，为什么要把时间用在给电脑装软件上呢？用周鸿祎自己的话说：“我给别人装 360，主要是为了体验一下环境。”

任何思维都存在死角，互联网思维也是如此，如果我们思路狭窄，那么很可能会走进死胡同。连这些互联网经营大鳄们都在通过各种各样的方式弥补自己的思维不足，扩宽自己的思维广度，我们又怎能因故步自封而落后呢？

为了帮助大家更全面地认识互联网思维，更深刻地了解互联网思维在商业上的价值，更准确地制订出互联网社会背景下的商业决策，本书专门集合了 15 位网络创富精英的传奇经历及其对互联网思维的实战解读。

在这 15 位网络创富精英中，既有第一轮、第二轮互联网浪潮催生的马云、马化腾等第一批互联网翘楚，也有网络文学奠基人吴文辉、网络第一红娘龚海燕、垂直电商霸主刘强东等网络财富新贵。

不管你是准备投身电商的创业者，还是经验丰富的商业管理者，都不妨经历一场“头脑风暴”。这是一个思维引领潮流的社会，这是一个眼球主导经济的年代，如果想在商场上有所建树，就必须用互联网思维武装自己的头脑。相信本书能够为广大读者带来不一样的经营思维，不寻常的创富之路。

郭一平

2015 年 3 月 1 日



第一章 “中国乔布斯” 雷军

——开创用互联网方式做手机的先河

1. 晚上做开发，白天跑市场·····	1
2. 心胸有多大，舞台就有多大·····	5
3. 忍痛卖掉“亲儿子”卓越网·····	7
4. 扮演天使投资人的角色·····	10
5. 大器晚成，不惑之年开启霸业·····	13
6. 做一个让用户能参与进来的公司·····	15
7. 创业就是干别人没干过的事情·····	18
8. 将产品和服务做到极致·····	21
9. 根据数百万用户的意见定制手机·····	24

第二章 “网络文学奠基人” 吴文辉

——最大化满足中国人的阅读需求

1. 解决阅读饥渴，创办起点中文网·····	27
------------------------	----



2. 活下去：推付费阅读实现盈利·····	29
3. 把爱好变成一门生意·····	32
4. 最难的是在商业和文学之间找到平衡·····	34
5. 不要风投选盛大，优势互补得共赢·····	36
6. 吸引网络作者，玩转粉丝经济·····	39
7. 牵手腾讯，文学星工厂实现作家价值·····	41

第三章 “杀毒软件之王”周鸿祎

——互联网斗士开创颠覆式创新

1. 西安交大点燃“硅谷之火”·····	45
2. 让中国人能用自己的母语上网·····	48
3. 桀骜不驯，敢想敢干·····	50
4. 创业者都是孤独逼出来的·····	52
5. 用户体验就是一切·····	54
6. 只要肯动脑子，就不是简单的重复·····	57
7. 颠覆式创新，需要逆向思维·····	59

第四章 “网络第一红娘”龚海燕

——创业是为了追寻更美的风景

1. “小龙女”的不平凡之路·····	62
2. 在复旦宿舍里创办世纪佳缘网·····	64
3. 想法不值钱，和你一样想的人很多·····	67
4. 聚集人气获得利润·····	70
5. 创业从来不是一个人在战斗·····	72

6. 泪水汗水“泡出”最富红娘.....	75
7. 退的艺术：辞任世纪佳缘联席 CEO.....	77
8. 再创业，新起点：先培养学霸，再为学霸找对象.....	78

第五章 “垂直电商霸主”刘强东

——好的商业模式要足够简单，可以一眼看透

1. 中关村摆摊赚到第一桶金.....	82
2. 从外行到内行的嬗变.....	84
3. 聚积网络人气，提升商城知名度.....	86
4. 快速扩张是一把双刃剑.....	89
5. 迎战家电零售巨头的两面夹击.....	91
6. 狠拼物流：最后三公里决定成败.....	93
7. 天狗 pk 天猫：不服输才不会输.....	96
8. 京东打造自己的支付平台.....	98
9. “价格屠夫”变身“融资教父”.....	101

第六章 “淘宝网商”韩洪英

——要么不做，要做就一定要出类拔萃

1. 放弃铁饭碗，独闯北京寻梦.....	104
2. 以平常心，应万般不如意.....	107
3. 山穷水尽网上淘到第一桶金.....	109
4. 成为品牌内衣特价专卖代理店.....	111
5. 真诚和大气，成就 4 皇冠网商.....	112
6. 扩大加盟，建设自己的销售网.....	114



7. 居安思危，打造自有品牌“秀姿美”	116
8. 不信天命，只尽人事	118

第七章 “电商教父” 马云

——让天下没有难做的生意

1. 从大学讲师到创业小老板	121
2. 讲述自己的观点，让全球人去复制粘贴	123
3. 创业路上，只有偏执狂才能生存	125
4. 最优秀的模式往往是最简单的	128
5. 放下贪欲，才能确保决策科学	130
6. 做客户所需要的，你就有市场	132
7. 淘宝网和支付宝的诞生，电子商务发展的里程碑	134
8. 开拓阿里版图，进军搜索领域	137
9. 做电子商务生态链	139
10. “退休”是为了下一步远航	141

第八章 “虚拟社交第一人” 陈一舟

——建造全球最大的华人虚拟社区

1. 带着互联网梦想回国创业	145
2. 栽跟头越早越好	148
3. 用 12 年圆一个虚拟社区梦	150
4. 自己革自己的命，尝试颠覆自己	152
5. 我别无选择，只能多做 APP	155
6. 聚焦是最好的管理者特质	157

7. 人人快速认错，做不了QQ做阿Q.....	159
8. 江湖最后一名大佬：再收购玩大的.....	161

第九章 “连环创业者”姚劲波

——分类信息服务成就58同城

1. 数次创业练就商场真功夫.....	164
2. 成功，就是做自己擅长的事.....	167
3. 坦然面对转型的挫折.....	169
4. 不做大客户，也不做品牌广告.....	172
5. 58同城得以成功的“三驾马车”.....	175
6. 打破资本市场紧箍咒，做你认为对的事.....	177
7. 烧钱大战：58同城VS赶集网.....	179

第十章 “QQ帮主”马化腾

——中国互联网大佬策马奔腾网络江湖

1. 险中求胜，OICQ意外走红.....	182
2. 免费聊天，狂吸数亿忠诚用户.....	185
3. 如何把用户群转化为消费者.....	187
4. 腾讯做的不是生意，是生态.....	190
5. 微信、微社交，产品不大威力不小.....	192
6. 全面开花，演绎“帝企鹅”神话.....	194
7. 云服务成就亿级俱乐部.....	197
8. 进军电商，网络与传统产业的深度整合.....	199



第十一章 “品牌先锋”李国庆

——稳坐全球最大的中文网上书城

1. 北大强男：敢想敢做的实践家	202
2. 堂吉诃德般的孤独奋斗	204
3. 婚后回国联合创业	207
4. 迈入网络时代的联合总裁	210
5. 当当的诞生与发展	211
6. 与对手死磕：做生意就是要扎堆儿竞争	213
7. 血拼：没有最狠，只有更狠	215
8. 当当上市，奔赴“全球最大中文网上商城”	217
9. 不断超越，和支付宝“牵手”	219

第十二章 “视频江湖老男孩”古永锵

——理性豪赌成就优酷传奇

1. 人生的三次“任性”	222
2. 离开搜狐：再次创业，我要做老大	226
3. 创业者最起码要适应不确定性	229
4. 我从来不是一个职业经理人	231
5. 凡事不要 100 分	233
6. 合并土豆网，永远比别人快一步	235
7. 移动端视频将进入商业化阶段	237

第十三章 “百度王国”缔造者李彦宏

——用搜索定义这个世界

1. 留学美国，在艰难中寻找自己的梦想	241
2. 美国归来，上下求索成就百度伟业	243
3. 让大公司像小公司一样有效率	246
4. 专业选择的对错与能否成功无关	248
5. 技术改变世界，专注成就梦想	250
6. 公司的说服力源于数据和事实	253
7. 吸收外来文化，让工作更快乐	255

第十四章 “UC 酋长”俞永福

——从小作坊成长为移动端浏览器之王

1. 先打新兴市场，后做发达市场	258
2. 创业最缺的是资源，要学会做减法	261
3. 从游击队到正规军：授权很关键	263
4. 创业的过程不要单打独斗	265
5. 最有价值的营销是口碑营销	267
6. 创业需要乐观的保守主义精神	270
7. 整合不是把对方搞死，是让对方壮大	272

第十五章 “网络游戏奠基人”陈天桥

——亮剑精神不可缺，在商战中成就卓越

1. 创业需要勇气和魄力：《传奇》成就传奇	275
2. 创业者都是自找苦吃，并苦中作乐	277



3. 眼光决定目标：要把盛大打造成一个媒体帝国.....	279
4. 我之所以拼命挣钱，就是为了证明自己的价值.....	281
5. 抓住玩家的心理，满足顾客的需求.....	284
6. 像服务用户一样服务员工.....	286
7. 霸气的专业团队助盛大起飞.....	288
8. 用资本打造文化航母.....	291
9. 再续帝国梦想：不甘于网游的蜕变.....	294
参考文献.....	297

第一章 “中国乔布斯” 雷军

——开创用互联网方式做手机的先河

从离开金山到创建小米，雷军进行了一场豪赌。如果赢了，他会真正实现自己的梦想；而如果输了，他会失掉苦苦打拼的一切。不惑之年，雷军勇敢迈出再次创业的坚定步伐，甚至比年轻时多了一份果敢，与其说是冲动之举，不如说是一位 IT 老兵厚积薄发之后的顺势而为。雷军敢于抛弃一切去完成自己未竟的梦想，于是有了小米的横空出世。

1. 晚上做开发，白天跑市场

在今天这样一个创富年代，机会从来都不稀缺，只要你有梦想，并为此孜孜以求、不懈奋斗，自然会累积宝贵的经验，直至成功那一刻来临。作为小米手机的缔造者，雷军早年有过东奔西走的创业历程，这让他眼光、胆识、判断力等方面都独树一帜。

湖北仙桃历史悠久，人才辈出，雷军就出生在这个美丽的地方。1987 年，他从原沔阳中学（现湖北省仙桃中学）毕业，同年考上了武汉大学计算机专业。当时，武汉大学是国内最早一批实施学分制的大学，按照学校要求，只要修完一定的学分就可以毕业。结果，雷军在两年时间里就修完了所有



学分，显示出过人的天赋。随后，他不再满足于校园生活，开始了闯世界的旅程。

当时，雷军骑着一辆破自行车，背着一个装有磁盘、编程教材的破书包，在武大樱园宿舍到电子一条街之间游荡。期间，他编写了《深入DOS编程》一书，成为当时内容最全、错误最少的计算机程序书。一开始，雷军的想法比较简单，只要能学东西，干什么都可以。显然，他没有把赚钱放在第一位，从实践中增加经验成了最重要的抉择。

一个人在走向成功的路上，总有那么几个志同道合的朋友。王全国，便是雷军创业路上的盟友。初识王全国时，他在一家校办的卖电脑的公司里负责技术支持。当时王全国想做加密软件，正在做一个加密软件的界面，而雷军正好在写加密软件的内核。于是他们约定暑假合作写款加密软件，大约用了两周时间，经过没日没夜的奋斗，两个人完成了所有编码、测试、界面设计以及说明书编写等工作，并以“黄玫瑰小组”来命名这个软件。

1989年年底，计算机病毒刚刚在中国出现，就引起了雷军浓厚的兴趣。一向喜欢迎接挑战的雷军自然不会放弃这个机会。当时病毒流行，同学冯志宏也有了做杀毒软件的念头。于是两个人一拍即合。当时他们的研发条件并不好，只是简单地在外面的一个公司找了一台机器，就开始了合作开发程序的工作。在武汉那年冬天的寒假里，这两个怀揣梦想和激情的年轻人每天都从武大骑车到那个公司，风雪无阻，即使他们的脚都生了冻疮，即使只可以吃自己煮的一碗面，他们也甘之如饴，完全沉浸在奋斗的快乐中。皇天不负有心人，雷军和冯志宏成功开发出了商业软件《免疫90》，解决了机房染毒问题。

《免疫90》是用PASCAL写的，可以对抗当时的所有病毒。这个杀毒软件最厉害的地方是它具备病毒免疫功能，可以把自身染上的病毒清除，甚至做到了样本库升级和在英文环境下英文显示，在中文环境下中文显示。或许这些功能在今天看来并不算神奇，但是不可否认的是，在1989年它是一个伟大的创作。一时间，雷军成了当时武汉的反病毒专家。

此后，雷军并没有满足于现状，他睿智地看到了RI的市场。那个年代，电脑的内存很小，一旦运行程序过多，就会造成系统速度变得非常慢，有

些软件甚至会无法运行，这时候就只能通过重启电脑来继续操作。而 RI 执行以后驻留内存，就可以通过可自定义的热键来清除当前的状况或正在执行中的程序，回到驻留 RI 时的 DOS 提示符状态下，这为用户解决了频繁重启电脑的痛苦。

总之，在大学期间，出于对新事物的好奇，雷军涉足各种领域，写过加密软件、杀毒软件、财务软件、CAD 软件、中文系统以及各种实用小工具等，做过电路板设计、焊过电路板，甚至还干过一段“黑客”，解密各种各样的软件。两年混下来，他与电脑公司老板都成了朋友，通常大家有任何技术难题，都愿意上门求教。一时间，雷军成了武汉电子一条街的风云人物。

没有一个人不渴望拥有自己的商业帝国，在雷军心中这个梦想则显得更加坚定。有一次，他读了《硅谷之火》这本书，被乔布斯的事迹深深震撼了。于是，他立志要成为中国的乔布斯，创建自己的软件帝国。在大四那年，雷军开始了真正的创业，而其合作伙伴正是熟识的同学王全国、李儒雄。他们一起创办了三色公司，从此有了老板的身份。公司之所以用三色命名，是因为这几个年轻人希望用红黄蓝三原色创造七彩的新世界，放飞他们心中的梦想。就这样，几个草根出身的年轻人开始了人生的第一次创业之路，甚至不知道将来会面对怎样的困境。他们没有资金、没有背景，有的只是一腔热血，这就足够了。

公司成立之初，只是租用饭店的一间简陋的房间作为办公室。雷军等人每天忙得热火朝天，白天跑市场销售，晚上回来做开发。之后，他们推出了仿制金山汉卡，立刻获得了良好的反响。可惜好景不长，一家规模比他们更大的公司出现了，盗用了他们的产品。而且，因为该公司资本丰厚，很快把同类的产品做得量更大，价格也更低。在这种情况下，三色公司一度陷入了尴尬的境地，不要说公司运营，就连大家日常生活也面临着等米下锅的局面。

终究是没有阅历，没有强大资本的年轻人，根本无法抗衡大公司。于是在苦苦挣扎半年后，三色公司被迫解散。虽然雷军第一次的创业以失败告终，可是从某种程度上说，他得到了很多，这为他日后创建自己的商业王国积累了宝贵的财富。