

· 刀尔登 作序 ·

互联网黑洞

史无前例的互联网忧虑

一起戳戳互联网思维的泡泡

仲昭川 著



中国互联网学创始人扛鼎力作

人类是如此幼稚而又如此古老，认为互联网已经把某种深刻的改变带到我们面前，这是过于乐观的，毕竟互联网只风行了二十多年；而认为互联网仍将屈服于一切旧章，这又是过于悲观的，毕竟互联网只风行了二十多年。

——刀尔登

中国联合网盟

014032766

TP393-49
06

互联网黑洞

史无前例的互联网忧虑

一起戳戳互联网思维的泡泡

仲昭川 著



北航

C1720949

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

TP393-49
06

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

互联网黑洞：史无前例的互联网忧虑 / 仲昭川著. —北京：电子工业出版社，2014.4
ISBN 978-7-121-22631-1

I. ①互… II. ①仲… III. ①互联网络—普及读物 IV. ①TP393-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 045284 号

书 名：互联网黑洞——史无前例的互联网忧虑

作 者：仲昭川

策划编辑：刘声峰（itsbest@phei.com.cn）

责任编辑：刘声峰

文字编辑：白 涛

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

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：720×1 000 1/16 印张：27 字数：388 千字

印 次：2014 年 4 月第 1 次印刷

定 价：50.00 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 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

014035268

谨以此书献给中国互联网之父

钱天白先生！

推荐序

1996年，我的家中第一次响起所谓“握手声”，来自老式调制解调器的、既刺耳又令人激动的吱啦声，我想象中的炮烙声，差不多就是这样了。是啊，我上网了……然后呢？在56K的带宽中，打开一个页面，比开保险箱还艰难，打开一幅图片，比手绘一张还慢一些。一开始，我没什么地方可去，中文网如同刚划出的一片荒地，只有零散的砖瓦和半成的棚屋，连下盘棋，也要去服务器设在美国的一个网站，一半时间用来等候，一半时间用在断线后重新登录。比尔·盖茨的某句名言那时已经流行——不知别人的感觉如何，我倒觉得自己才像一只过屠门而大嚼的狗，被刺激出的胃口没法满足，口水滴落在键盘上。在那个时候，谁要是告诉我说，互联网会改变人类的组织方式，我是说什么也不信的。

现在我相信吗？这个话题先放在一旁。现在我要介绍一下本书的作者。仲昭川与我是三十年的老朋友了，在大学里，我高卧在四楼，他盘踞在三楼。我们都喜欢他，因为他是个热情洋溢的人，拥有敏捷

的智力，常有出人意料的想法，而我们有幸成为他分享妙语的第一批对象，在我的印象中，他经常在莫名其妙的时刻——比如半夜——冲上楼来，讲一个笑话，或做一个演讲。他是很受欢迎的；如果我非得被什么人吵醒的话，我愿意那人是仲昭川。

他创业的热情，便是在激荡的八十年代后期，也显得很突出。在随后暗淡的九十年代中，我与仲昭川的联系是时断时续的，我读过他的一部小说，听到过一些传闻，再一转瞬，他已经是互联网的行内人了。什么？互联网？转念一想，他最后着落在什么行业上，我都不应该吃惊，他本就是个人出人意料的人。

读本书，如同耳听仲昭川的高谈阔论，他的语气，还同当年一样，是斩钉截铁的、宣告式的。隔行如山，他谈的话题，许多我不懂，只能有请读者明断。但我有自信能辨识出来的，是书中随处可见的智力活动的印迹，在明快的叙述和先知的口吻中，我看到的仿佛是摆布棋子的棋手，调用诗句的诗人，那种自信，通常可能来自两种完全不同的精神状态，我知道在他那里，出现的是好的那一种。

在这本书中，互联网本身便是一种制度，而不仅仅是制度运行于其上的卑微载体，它不是司各脱哀叹过的充满欺诈的乱麻样网，而是代表某种应有的人际关系的实在之物。互联网不是新边疆，它建于人类旧有的活动中，建于我们古老的，一部分正在腐烂、一部分正在新生的社会之中，受制于人类活动已知的全部法则，虽然如此，它确确实实地带来了某种新的迹象。一方面，我们看到，人类以其旧有的方式，贪婪地占领、分割、改造、同化这新的领域，我们看到商人、政客、演说家、大学教授、工匠、艺术家、餐馆老板，争先恐后地涌来，我们看到新的权力，在互联网中形成，旧的权力在互联网中角力，有人把它作为瓦解旧力量的新途，有人把它作为控制人群的新工具；然

而，在另一方面，我们也能看到，互联网为权力的分散，提供了崭新的机会，而且我得说，自有文明以来，这可能是曾经出现的这种机会中唯一实际的，尽管仍很微茫。尽管有控制信息的不懈努力，作为资源的信息之流布程度，毕竟是前所未有的新局，人们仍以地理及政治的方式相组织，但那不再是唯一的组织方式了，本书中有一个寓言，讲到“送电话的人”，那电话的力量，是国王所无力消灭的。

人类是如此幼稚又如此古老，认为互联网已经把某种深刻的改变带到我们面前，这是过于乐观的，因为互联网毕竟只风行了二十几年；而认为互联网仍将屈服于一切旧章，又是过于悲观的，因为互联网毕竟只风行了二十几年。要从乱麻样网中辨识出新的趋势，不被旧物的新伪装迷惑，需要对这一对象的本性的熟知和真正的洞察力。这些知识和洞见，自然是我们读者所期待于每一位作者的。自有互联网以来，有关它的著作很少不有预言的色彩，毕竟，它是如此之新，又是如此之迷人；本书亦不例外，亦有大量篇幅，讨论它的未来，而就互联网而言，有趣的是，预言的验证，往往只在数年之间，因为它发展的速度，每每超过我们的想象之车。我虽然是外行人，相信处理互联网事务是对人类智力的挑战，而对各种高明之士的各种解析深感兴趣。面对这一戈迪安绳结，我们读者既想看到耐心的条分缕析，也想看到锋锐的一刀两段。本书兼具二者之能，而以后者为重。是为序。

刀尔登

2014/2/26 石家庄

自序

二十年磨一剑，不免锋利，却不想伤着谁。

昨晚向夫人发誓：2014，人艰不拆。

然而，尽管互联网在中国已有二十多年发展，人们依旧沉浸在娱乐和谎言之中，不愿自拔。

以网络营销为例，完全变成一个灰色行业，几乎所有数据都可作假。大家心照不宣玩弄“数字戏法”。

我这边仔细发布、温柔互动、大方分享，一周之后点击率三千。

他那里吃着火锅唱着歌，然后启动软件，十分钟后点击率三万。

这只是学龄前的法术。博士后级别的法师不仅比比皆是，且早已走上讲台“布道”。

真正的网络营销是“搜索决定一切”。不管怎么在网上折腾，消费者需要时搜不到，都白费。

我的本科，是从1982年起在北大信息管理系学习科技情报“计算

机检索”。恰恰这个专业，到了互联网时代叫“搜索”。

李彦宏在北大学的也是这个专业，我是他的同门师兄。

再说点跟生存相关的。

我们在多年前就使用 Email 了，但那只是网上通信。

有谁听说过 Ework？几乎没有人。

Ework 指的是普通人在网上做事，赚钱养家糊口。

这才是互联网的核心价值。

人总是要吃饭的，要吃饭就要工作。

很多普通人，尤其极弱势群体、部分残疾人，都需要在网上谋生。

线上线下的区别越来越小，不是人人都能开店，但人人都可以在网上做事。

诚然，中国互联网的春天究竟什么样，无法预测。

只是，目前所讲的互联网已今非昔比。即便是不常使用电脑的人，也会通过款式繁多的智能终端走进互联网。

大互联网时代，已经开启。

今后，我的使命将一如既往，深入普及互联网。

万事在变，互联网精神不变，互联网文明不变。

网络社会终极形态为期不远，我们不能再落伍。

万物生长靠太阳。互联网的阳光，须普照大地。

天降大任于斯人，我也是斯人。

仲昭川

2014/1/20 于北京望京

前言

关于互联网专题报道的开山之作，是一部叫《Internet 改变世界》的十集电视专题片。

在时任总书记的支持下，该片获准问世并在全国电视台轮播，那是1997年。

那一年，也就是大家所说的“中国互联网元年”。

我因在片中担任总策划、制片人、撰稿人、主持人，有幸成为第一位站在主流媒体的最高讲台全面普及互联网的中国人。

专题片一经播出，震动朝野。被称为迄今中国唯一一部系统介绍互联网的电视作品。

也就在那一年，发生了几件事：

世界信息业教父尼葛洛庞帝访华，网易随即成立，搜狐、腾讯、新浪开始了各自筹备。

当时，我采访了几乎所有相关的官员、权威，也向公众正式推介了一批像张朝阳这样的业界精英。

但格外遗憾的是，阴差阳错，片中没有出现中国互联网之父钱天白先生，他在第二年春天，突然离世。

钱先生一生清苦，英年早逝。我跟他素未谋面，作为后来人，这是终身无法弥补的遗憾。

此后每当有人提到这部片子，我心中常有一种悲哀。

十八年过去，在网上看到这部专题片的人还在向我祝贺：现在仍不过时，真是经典。

各种赞誉。听了自然开心，但更多的还是悲哀。

不过时，只能说明互联网在中国发展得太慢。

究竟什么原因？明显不是物质层面的。

于是，我在精神层面就心灵、意识、思维、战略等“人”的因素进行了分析，结合多年研究和实践，对今后的互联网有了一个系统看法。

为使本书能像那部专题片一样历久弥新，我试图站在哲学高度来阐述本质问题，同时做到生动有趣、通俗易懂，尽量把所有要点、难点、热点和未来亮点，全部呈献给读者。

本书难免挂一漏万，不当之处先向读者鞠躬！

2014/2/28 北京

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036



北航

C1720949

目 录

第一章 001

互联网经济

- 人类商业的变迁 /2
- 鲜为人知的互联网传奇 /7
- 网络经济等式 /15
- 互联网业态 /23
- 互联网生态 /31
- 马云帝国和李彦宏时代 /39
- 互联网与 IT /47
- 关系与技术 /53
- 人文与科技 /60
- 传统企业的互联网战略 /65
- 现代企业的特征 /75
- 小米手机的绝技与绝密 /81

第二章

091

互联网社会

世界大同 /92

网民与国民 /98

网络时代的社会格局 /104

企业的轮回 /110

网络化的社会效应 /116

国家的回归 /121

互联网国家 /129

互联网革命 /135

“微信之父”张小龙的启示 /141

只有互联网才能救中国 /148

第三章

157

互联网逻辑

互联网哲学 /158

互联网的量子学说 /164

网络四维论 /170

搜索决定论 /176

互联网中的国学 /182

网络舆论中的太极学 /187

网络力学 /194

互联网的六大悖论 /200

品牌衰落与口碑兴盛 /207

大互联网的逻辑 /213

第四章

221

互联网价值

超越与颠覆 /222

网络的制高点 /228

互联网价值导向 /234

消费者的终极价值 /240

互联网的核心价值 /246

印度的软件奇迹 /253

人肉搜索与百科全书 /259

财富三要素 /264

互联网金融 /270

网络化的实质 /277

第五章

283

互联网营销

营销的终极目标：关系 /284

传统营销中的无效成本 /290

新媒体的诡异 /296

终极营销三步曲 /302

搜索引擎营销 /309

关键词营销 /315

网络整合营销 /321

口碑营销 /327

互动营销 /334

内容营销 /340

全网营销 /344

公信力营销 /349

第六章

355

互联网趋势

移动互联网有没有人性 /356

物联网谜局 /362

数据云：终极杀手 /368

数据战争与数据废墟 /373

创新，“新”在哪里 /378

新人类与终极互联网 /384

说英雄，谁是英雄 /390

什么人在拥抱互联网 /396

技术进步与公权力 /401

互联网的春天何时到来 /406

01

互联网经济

- 人类商业的变迁 ☆
- 鲜为人知的互联网传奇 ☆
- 网络经济等式 ☆
- 互联网业态 ☆
- 互联网生态 ☆
- 马云帝国和李彦宏时代 ☆
- 互联网与IT ☆
- 关系与技术 ☆
- 人文与科技 ☆
- 传统企业的互联网战略 ☆
- 现代企业的特征 ☆
- 小米手机的绝技与绝密 ☆