

财富悦读云·杨吉导读

Required Course for Digital Times

数字时代的 必修课

杨吉TMT百部全说

Technology Media Telecom

杨吉 著

上海财经大学出版社



**以书为媒，阅读未来
翻开这一页，感知数字世界**

你可以不从事互联网业，但你必须对互联网有所了解！
阅读提供知识与方法，以助你应对这变化的信息社会、数字时代！

财富悦读会·杨吉导读

Required Course *for Digital Times*

数字时代的 必修课

杨吉TMT百部全说

杨吉 著

图书在版编目 (CIP) 数据

数字时代的必修课: 杨吉TMT百部全说 / 杨吉著. —上海: 上海财经大学出版社, 2014.1

(财富悦读会·杨吉导读)

ISBN 978-7-5642-1784-6/F·1784

I. ①数… II. ①杨… III. ①经济管理—通俗读物
IV. ①F2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第274476号

- ☐ 责任编辑 李成军
- ☐ 封面设计 钱宇辰
- ☐ 责任校对 胡 芸 廖沛昕 林佳依

SHUZI SHIDAI DE BIXIUKE

数字时代的必修课

——杨吉 TMT 百部全说

杨 吉 著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海华业装潢印刷厂印刷装订

2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

787mm × 1092mm 1/16 27.25 印张 532 千字

印数: 0 000 — 3 000 定价: 48.00 元

我曾经有个“梦”：35岁以前摆脱一切俗务，躲起来，读书，写作，过自己想过的生活。但是这个“梦”一直没有实现。

相比，本书的作者——杨吉 22 岁时就开始大量地写作，还在读大三就出版了专著——《法理的解释：思辨笔记》。至今，刚刚 30 岁出头的他已经出版了 9 本书，差不多每年一本。读书、写作、观察（商业）世界——这是他生活的基本状态，但是他生命的目的并不在此。

还在少年时代，杨吉就梦望自己能成为一个“有影响力、对社会建设有助力”的人。写作是他认为的实现这一梦想的最佳途径。写作，对我是虚幻的梦想本身，对杨吉则是实现梦想的手段。“对社会建设有助力”，这是他赋予写作的特殊意义。

为了对社会建设更有助力，杨吉攻读了浙江大学的法学博士。为了让自己的作品更有影响力，杨吉选择传媒业作为自己的研究方向。当他意识到互联网、新技术正以摧枯拉朽般的力量改变世界的时候，他毅然把大部分精力投入其中，专注地探测着传媒世界变幻的秘密和发展的趋势。很快，他就成为一位以研究 TMT 行业见长的财经专栏作家。

杨吉从一开始就明白写作的意义，并且一路坚持，不忘初心。所以他能过上他想过的生活。他让我明白，为了写作的写作是没有太多价值的，也不能支撑我熬过那么多的茫茫黑夜。在黑夜中迷失，那是必然的。

在此，隆重推荐杨吉博士的这本新书《数字时代的必修课：杨吉 TMT 百部全说》。我想，读完后，我也会更加明白这世界变化快的原因。

是为序。

林煜

19lou.com CEO

从现在起，让我们阅读未来

【缘起】

在出版《在线革命：网络空间的权利表达与正义实现》^[1]之后，就想着尽快把《数字时代的必修课：杨吉 TMT 百部全说》写作项目给“竣工”了。念想迫切，一来寻思为自己八年多持续阅读和评论互联网、新媒体领域的图书来个阶段总结；二来自 2012 年下半年起被作为人才引进至浙江传媒学院，先后履任其互联网与社会研究中心秘书长、文化创意学院网络与新媒体专业系主任，当被问及“什么是你的贡献？”。或许，作品就是最好的回答。

倘若再追根溯源，这本《数字时代的必修课》实则是一本“再出发”和“重起航”之作。早在 2005 年，当时我和国内知名的互联网观察家、中国的“博客教父”方兴东博士合作出版了《21 世纪的书：信息时代商业思想 10×10 阅读》。^[2]那是本字数达 71 万余字的大部头，收录了我们对之前 20 余年 IT 领域 100 本经典好书的书评。当然，书评的写作方式不同于一般中规中矩、就书论书的评论，我们的目标则更加活泼、自由和率性，希望尽可能多地包含信息和观点。于是，我们从这些好书入手，结合故事、人文、思想和商业，并能够贯穿当下的产业背景和曾经的发展历史，旨在让读者在最短篇幅内获得更多的知识和精华。同时，为了方便读者日后检索、查阅，更像是本“工具书”或“阅读指南”，我们在那本书中采用了“图书封面 + 作者头像 + 图书档案 + 内容简介 + 媒体评论 + 作者简介 + 书籍链接 + 深度书评 + 读书格言”的编排体例，而这种梳理方式基本被保留在了《数字时代的必修课》中，只是它更精炼、更直接了。

是的，作为一种似曾相识的书写，《数字时代的必修课》继承了《21 世纪的书》的创作宗旨和行文脉络。如果说，8 年前的《21 世纪的书》横空出世填补了国内对于“信息时代思想缺乏系统介绍”的空白；那么，我希望看到和听到的是，2013 年《数字时

[1] 该书已于 2013 年 5 月由清华大学出版社出版。

[2] 该书已于 2005 年 10 月由南方日报出版社出版。

代的必修课》的出版将延续“数字时代，大众启蒙与入门”的理想使命。回想这过去的短短几年，互联网发生了天翻地覆的变化，博客、播客、RSS等Web2.0产物在今天看来都成了“古董”，不少甚至都已退出历史舞台。如今，最新、最热的应用是社交网络、移动互联、APP、大数据、云计算、3D打印、穿戴式智能设备……很可惜，这些玩意儿（从概念到实物）在《21世纪的书》中均未被正面提及，不得不承认，没有一个行业能像互联网与科技产业这样有着惊人的快节奏，也正因为如此，本书生逢其时，它既像是《21世纪的书》的姊妹篇，但更是升级版！

【解题】

取名向来是一件令我痛苦和纠结的事情。以前出书是那样，本书也是如此。

在书名方案的选择上，我曾考虑过“21世纪的书（2.0）”、“数字时代智胜之道”或干脆“互联网阅读报告”，但都因为种种原因最终放弃。至于现在的《数字时代的必修课：杨吉 TMT 百部全说》则来自一时的灵感乍现。既然本书是对近十年来高科技、互联网、新媒体领域优秀好书的集中式、系统化点评，其所涉范围不正是 TMT（Technology、Media、Telecom，科技、媒体和通信三个英文单词首字母）吗？另外，TMT 组合在一起，蕴意丰富，其所描绘的正是未来信息技术、多媒介产业融合的大趋势。还有“数字时代的必修课”，我想表达的是，数字世界发展速度之快，令人眼花缭乱、目不暇接，马云在卸任演讲上就说：“这是一个变化的世界，我们谁都没想到今天我们可以聚在这里，可以继续畅想未来，我跟大家都认为电脑够快，互联网还要快，很多人还没搞清楚什么是 PC 互联网，移动互联来了，我们还没搞清楚移动互联的时候，大数据时代又来了。”即便如此，但需要强调的是，虽然我们不清楚未来的具体样貌，但通过大量的阅读和思考，我们不至于对外面的变化懵然无知。此外，中国“摇滚之父”崔健有首歌叫《不是我不明白》，里面有句歌词唱道“不是我不明白，这世界变化快”。如果崔健老师有空翻阅本书，至少不会对数字世界的巨变而无所适从了——开句玩笑话。

本书直接或间接点评了相关领域好书 100 多本，即为“百部”；“全说”是一种个人化的叙事方式，不求在学术研究上有多少建树，但愿在大众普及上能有所帮助。为此，每一篇书评我都尝试以书为媒，融合产业、企业、人物、历史等，并加入自己的评论，多角度、多层次丰富对该书的认知，此外，也强调可读性和趣味性，使读者以小博大、以点带面、以一反三地快速掌握一本书的精要，并且了解其相关的人与事、这个世界和时代。

当然，“全说”并不等于什么都说，这样恐怕什么都说不好。它还是有所侧重，除了书评本身的重点外，我对 100 本书进行了主题分类。“大人物”板块收录的是关于企业家个人传记或其言论思想的书，我们需要认识这些数字英雄或传媒大佬们，很难想象，若没有他们，世界又会变得怎样；“炫公司”栏目项下的书内容虽然难免会涉及创始人、经营者，但主要关注的是公司管理和组织运营层面的东西；“快营销”和我之前写的

《营销高手必读的 55 本书》^[1]不同，如果按照标签区分，它应该是社会化营销、O2O（线上线下模式）。通过这一部分你将了解，数字世界的营销有其新的规则与玩法；“潮观念”是一些曾经或正在影响我们这个信息时代前行路径的思想著述，阅读它们，然后领会、思考，你也许能理解互联网的前世今生以及未来；“冷思考”这一部分提醒我们要辩证地看待互联网和技术，尽管不必恐慌“沦为技术的附庸，而丧失了作为‘人’的价值”，但多一点警醒和反省还是必要的；“酷文化”主要关乎历史、人文与社会，而最后的“新趋势”虽然篇幅不大，但总算对时下的趋势热点不忘提及——即便如此，它还是应景的、滞后的，永远跟不上技术革新的步伐。

【遗憾】

这也正是本书在所难免的遗憾所在。早前，我在读徐皓峰的影评集《刀与星辰》，文章中他自诩为“认输的影评”。同理，我说《数字时代的必修课》一定会是“遗憾的书评（集）”。

前面提到，技术进步速度实在太快，可能今天还处在摸索期的 3D 打印，指不定一两年后就发展成为一门成熟的技术，而且得到广泛普及。或者，它也有可能就是资本界制造出的一个用来炒作、圈钱的概念。在答案揭晓前，更多人只是雾里看花，包括本书，我尽力负责告诉你发生了什么、为什么发生，至于会怎么样、真相如何，就看自己的洞察和修为了。

另外，TMT 领域图书繁多，而且不时有新版、新作出现，它的结果将必然导致如下情况，以本书提到的书目为例。一种是安德鲁·基恩的《网民的狂欢》来反思和批判互联网的弊端，最近，他又写出了差不多题材的《数字眩晕》，讨论个人在网络空间的隐私保护，并且提出了“网络是有史以来最骇人听闻的间谍机”的惊人论调。同一个作者，先后两本书，究竟该收录哪一本，或是全部，这反映的是身为书评人的写作立场和价值判断，但更多场合限于篇幅、限于出版时间，不可能统统囊括。还有一种情形，就拿“苹果教父”史蒂夫·乔布斯来说，关于他的书实在太多，我曾专门写了一篇《乔布斯这个人关于他的那些书》的文章来予以回顾综述，但还是没法一网打尽。事实上，就在这篇文章刊登后不久，又有一大批有关他的传记、管理、创新、思想、言论的专著或编著形式不一的书出版了。总而言之，别提“百部”，哪怕“千本万篇”也势必挂一漏万。

在这个意义上，我不敢以“舍我其谁”的姿态说本书收录的书目一定是最全、最经典的，但凭着十年来专业的财经书评写作生涯，我能说它们是相对优秀、值得一读的，至少，它们为你开启了认识互联网世界千姿百态的大门。

所以副标题加个限定是必要的——这不是你的、他的，而是我的——杨吉的数字时代阅读报告。

[1] 该书已于 2011 年 9 月由上海财经大学出版社出版。

【期待】

付梓出版前，我就跟编辑李成军（也是我的朋友，除了经他手出版了《营销高手必读的 55 本书》外，还出版了本系列丛书的第二本《聪明投资者的修炼》^[1]）信誓旦旦，本书一定会出修订版！这并非对自我的否定，而是情势所迫。地球在转、世界在变、技术在新、好书在出，我的“TMT 百部全说”终究只是一个个人的、阶段性的回顾，随着阅读的继续和深入，我相信，不久的将来，会陆续推出“百部全说”的 2.0 版、3.0 版……

另一方面，因为兴趣使然，阅读和写作几乎占据了我主业外的大多数时间，甚至代替了休闲、娱乐。现在的我一天不读点书，总觉得生活少了些什么，但我享受这份独自的欢愉、思维的乐趣。而作为多年的书评人，评论集也出了不少，但我一直很希望开个“互联网、商业与书”的书评专栏，能把历史上以及今天的 IT、互联网领域优秀图书进行全面的介绍，一本本地读、一本本地评、一本本地写。与许多追求热闹和投机的人不同，我是真正喜欢这个专业的，从互联网观察到财经书评，我觉得国内应该没有多少人比我阅读更多了。

在本书出版之际，我主持建设的网络与新媒体专业首批招生。该专业系国家教育部本科专业 2012 年新目录中的特设专业，是浙江省“十二五”省重点学科（传播学）的重点方向，亦是我所在学校为了适应 21 世纪数字时代社会需求全新开设的专业。我认为，该专业旨在培养媒介融合与移动互联发展大趋势下复合型高级信息传播人才。他（她）必须具有扎实的新闻传播学素养，熟悉数字化基本理论，拥有国际化媒体视野和一定的人文社科底蕴，在掌握传统媒体相关知识的基础上，能兼具网络与新媒体策划、报道、运营及社会化营销技能。为了让学生们更有所体验与收获，我在我设计的专业课程体系里开了一门“数字时代好书阅读”的课。

我的初衷很简单，就像我之前多次说过：你可以不从事互联网业，但你必须对互联网有所了解！阅读提供知识与方法，以助你应对这变化的信息社会、数字时代！

那么，就从现在起，让我们翻开下一页，阅读未来……

杨 吉

2013 年 10 月 28 日

[1] 该书已于 2012 年 3 月由上海财经大学出版社出版。

1/ 推荐序

1/ 自序

大人物

3/ 《两个人的帝国》：“惠普之道”启示录

◎要知道，再细致、考究地解读也无法同原创者的陈述相提并论。所以，马龙重现比尔·休伊特和戴维·帕卡德共同缔造惠普的奇迹故事，为的是寻找始于“惠普之道”，独立存在却又不曾被发现的商业智慧。

7/ 《特立独行者和他的 IBM 帝国》：托马斯·沃森：商业暴君和他的管理哲学

◎同更多的美国人一样，出生于 1874 年的托马斯·沃森不喜欢什么深奥的思想，作为一个实用主义者，他推崇行动，他被天性中的英雄主义驱动着，是个真正的直性子。但这并不影响他成为那个时代无与伦比的企业家。

11/ 《完美的竞赛》：“风投之父”乔治斯·多里奥特

◎作为现代风险投资业的开山鼻祖，多里奥特确实有很多值得传承、值得借鉴的经营智慧，其中就包括那句延用时间最长、流传范围最广的话——“可以考虑对一位有二流想法的一流企业家投资，但不能考虑对一位有一流想法的二流企业家投资。”至今，很多风险投资家都以此为鉴、奉若圭臬。

15/ 《一个人的帝国》：默多克：夕阳无限好，只是近黄昏

◎至于沃尔夫的《一个人的帝国：默多克的隐秘世界》，它则独辟蹊径，从鲜为人知、不被关注的默多克内心世界切入，试图还原出一个真实的默多克，一个有血有肉、有脾气真性情的默多克，为此，突破的必须得是他有所隐藏的“内心世界”。

19/ 《史蒂夫·乔布斯传》：乔布斯这个人关于他的那些书

◎当乔布斯去世后，由库克掌管苹果，这实则给公司的发展带来了极大的不确定性，公众和投资者的疑问是，当一个以明星灵魂式人物离开的时候，公司如何依旧持续创新和追求卓越呢？道理不言而喻，乔布斯和苹果过去的关系作为一个案例，它告诉我们：一个人再厉害，但他究竟又能战斗多久？

27/ 《沃兹传》：乔布斯成功背后的那个男人

◎沃兹尼亚克一直都很清楚，想做一名工程师，一名设计电脑、编写软件的工程师，一个擅长讲笑话的工程师，同时也是一个能够教别人知识的工程师。上天眷顾，沃兹尼亚克如愿以偿。两个史蒂夫，当乔布斯以其生前对完美近乎苛求的态度告诫世人“求知若饥，

虚心若愚”，那么，沃兹尼亚克则像《沃兹传》封面上那副永远开朗的笑脸提醒我们“没有什么比快乐更重要”。

32/《我用微软改变世界》：保罗·艾伦：在成功男人盖茨背后的男人

◎人生得意须尽欢，艾伦的魄力在于，年轻时引领时代、叱咤风云，然后懂得急流勇退，转而寻找快乐的真谛和生活的意义。从这一点上说，艾伦是个幸福的人，一点也不输盖茨。而整一部《我用微软改变世界》，实则无关事业，而关乎人生。

36/《我是布隆伯格》：不是别人，是布隆伯格

◎这就是布隆伯格，有点自大，有点偏执，还有点狂妄。不管你是否认可他，他确实改变和影响了我们很多东西，资讯的消费、价值的获取和公共的生活——他不是别人，他就是大佬迈克尔·布隆伯格！

41/《一键下单》：小儿科之作与杂志“封面故事”

◎看来不过瘾，读完又意犹未尽，这是在所难免的。不过相比较无新作，市场空缺，勃兰特的《一键下单》仍不失为一本最全面梳理贝佐斯创业和亚马逊发迹历程的书。书中除了人们通过各大财经媒体了解的那些事情外，还记录了一些鲜为人知的细节。

46/《价值观的力量》：重新发现商业的价值观

◎她在回顾十年的亿贝（eBay）首席执行官生涯时，不高谈阔论商业思想，也不夸夸其谈管理技艺，她只想和人们分享什么是“应该做的正确的事”。当她随后高举价值观的大旗，并认为运用传统的道德观念来治理公司将事半功倍时，她留给人们的印象便是：直率、谦逊以及品格高尚。

50/《IT 创业疯魔史》：真实的创业书，真诚的回忆录

◎当别的创业故事，很多都大谈特谈成功、经验或领导力之际，杰瑞·卡普兰却在这本书中如实地记录了 GO 创业过程中遇到的一个又一个的麻烦、困境。这是一本很真实的创业书，也是一本很真诚的回忆录。卡普兰拿它追忆过去，我们不妨用它警示未来。

53/《20 个月赚 130 亿》：网上不去，且看陈士骏自传

◎如果对互联网业感兴趣，这本书还是值得一读的。不过话说回来，在中国的语境下，该书的出版会是一个绝佳的调喻：书进得来，网上不去。若干年后，也许有人会说，切，这个网站算什么，还不是抄袭优酷、土豆、酷六的吗？

56/《Facebook 效应》：马克·扎克伯格之辩

◎相对于梅兹里奇写作《意外亿万富翁》主要观点来自 Facebook 的竞争对手 ConnectU 联合创始人爱德华·萨维恩那边。而柯克帕特里克则得到了 Facebook 的官方支持。综观全书，《Facebook 效应》在细节的描述上和若干问题的求证上有了更好的展示与纵深——当然，这句话的意思并不代表着，它所写的一定就是事实。

60/《马云管理日志》：马云再解读

◎通过 365 篇管理日志，金错刀试图将马云艰苦创业所积聚的睿智思维和领导魅力展现在世人面前，尽管其呈现方式仍然是马云的语言，但区别是，这一次并非马云“别有用心”地说、“意有所指”地讲……这一次，马云的话是经人打乱、还原、解码之后的重构，是一种二度的演绎和诠释。

64/ 《李彦宏的百度世界》：李彦宏和他的百度世界

◎当谷歌正以搜索引擎为核心，携互联网广告、移动互联网、视频网站、企业级云服务等，在全球大扩张、轰轰烈烈引领着世界信息产业的革命时，其实李彦宏比谁都明白百度应该走向哪里，百度的未来又在何处。

炫公司

71/ 《IBM：蓝色基因，百年智慧》：IBM：年已过百，富能过三

◎中国人信奉一句话“富不过三”，百年IBM何止才三代？低调高效，且能及时华丽转身的IBM能打破如此魔咒，实现基业常青，自有其一定的道理。以前，不少写IBM的书着重介绍了公司的管理经验；如今，张烈生添砖加瓦，独到地剖析了IBM常青的密码。书不薄，很厚，就像IBM沉淀的百年经营史，值得细细品味。

74/ 《谁偷了 MySpace》：MySpace：不是被“偷”了，而是被“毁”了

◎没错，回顾 MySpace 的商业史，它在社交网络领域比 Facebook 更有先发优势，在社区运营上积累了大量音乐和流行文化资源，被收购后又有新闻集团大力支持，遗憾的是，种种优势叠加在一起反而将其拽入泥潭。除了上面提及的原因外，朱丽亚·盎格文指出：默多克骨子里对互联网的抵制和新闻集团根深蒂固的传统媒体思维给 MySpace 造成了最大负担。

78/ 《至关重要的关系》：成功的捷径就是“找关系”？

◎这个书名对比原文英文名“你的成长”（The Start-up of You）则译得更为精妙，一语双关。一来全书霍夫曼都在谈如何利用人际网络、扩大社交圈子，从而在职场取得竞争优势；另一方面，每次倡导用“企业家精神”（霍夫曼的定义是“创造、冒险”）重新审视自己的职业、布局关系网，他的 LinkedIn 就多了一次被推广。要知道，LinkedIn 的译名就叫“关系网”。

82/ 《搜》&《被谷歌》：“搜”是主语及其他

◎读《搜》的时候，读到“谷歌的目标是组织世界上的所有信息并在人们需要的时候提供给他们”。不难想像，信息社会的下一个未来或许如艾萨克·阿西莫夫在《最后的问题》里的那个描述，“一切存在的资料终于搜集齐全，没有任何资料不被包括在内”。

87/ 《数字战争》：江山如画，总是各领风骚三五年

◎以硅谷车库为代表的科技型企业，其革命性、颠覆性、破坏性的创新是推动技术发展和进步的巨大动力。传媒业、互联网、IT 界经营者们的普遍焦虑在于，对未来的不确定和对机会的稍纵即逝的无奈感。不过回头想来，它不正是机会与成功的来源。江山如画，总是各领风骚三五年。

92/ 《只有偏执狂才能生存》：你读懂了吗？

◎重读《只有偏执狂才能生存》这本书，稍加归纳，有三句话可作总结，也作为对格鲁夫其人其书其思想的一个概括。第一，任何企业都需要有一个像格鲁夫那样的卡桑德拉式的英雄。第二，妄想恐惧不再是一种精神病，它可以且应当成为商界生存的必需品质。第三，不管是集中专注，还是多元经营，战略无高低优劣，关键在于坚守，一定有值得坚守的东西。

95/《黏住顾客》：玩转四方，玩“赚”时代

◎然而卡迈恩·加洛显然不是要写一本关于 Foursquare 的使用说明，虽然他一再举例，多到让人有点腻味，但他无非是想揭示 Foursquare 为什么会在美国这么红，Foursquare 对于商家有什么商机和启示？

99/《轻公司》：还能“轻”多久

◎当李黎说出，无限靠近市场端，拥有强大的客户组织能力，通过互联网和 IT 技术，反向匹配上游产业链资源，在带动产业链高效联动的同时，以非资产方式快速成长的企业就是“轻公司”时，实际上，她为中国商业的未来书写了一种可能、指明了一种方向。

103/《浪潮之巅》：潮起潮落话 IT

◎虽然在书中，能读到如 AT&T、IBM、苹果、英特尔公司、微软、思科、雅虎、惠普、摩托罗拉、谷歌、太阳、Novell、网景、RealNetworks、诺基亚、GE 等众多大公司的“企业简史”，但讲史是其次，重点在评析——评述成败，分析得失。正因为如此，《浪潮之巅》更像是一部 IT 业的《大败局》外加《资治通鉴》。

107/《沸腾十五年》：中国互联网史：千呼万唤始出来

◎林军还是遵从着传统的“产业路线”的叙事框架，将中国互联网 15 年的回顾主要定位于“产业故事会”，而放弃了从技术、产业、资本、文化、社会、生活、思想等各个层次、各个方面的系统阐述。当然，林军这样的考虑也在情理之中，要知道“面面俱到”有时候就是“面面不到”。

111/《十亿美金的教训》：你的教训值多少钱？

◎把教训用金钱来量化，这算得上该书的一个创举。但话说回来，它难免有点抽象、文学化修辞。对读者来说，我们需要了解什么是教训的真正所指以及如何避免。对此，作者们认为，创始人无法完成从个人英雄到商业领袖的跨越，没能抵挡住热钱的诱惑而自乱阵脚，以及在用户体验等细节问题上渐行渐远，是“十亿美金的教训”所具体表现的三个方面。

115/《下一个倒下的会不会是华为》：华为首揭神秘面纱

◎一系列追问被统一在些许耸人听闻的“下一个倒下的会不会是华为”的命题上，本书试图全面解读和还原任正非及其华为。与其他同类写华为的书籍相比，本书无疑在深度上、系统上、权威上多了一份厂家的“信誉担保”，然而，也正因为如此，我们能否把这本书看成是华为人又一次自省和自我批判的成果呢？

快营销

121/《互联网商规 11 条》：当“定位”理论遭遇互联网

◎面对人们的疑问——诞生于传统经济领域的定位理论是否也适用于新商业形态的互联网？里斯父女想通过该书证明两点：第一，互联网品牌照样需要“聚焦”和有效“区隔”；第二，商业是巨变的，但定位的生命之树常青。

125/《新规则》：适应新规则，拥抱新媒体

◎事实上，网络已经改变了营销和公关的既有规则，诚如斯科特所说，“互联网迫使营销

与公关再次面向公众，而不仅仅以媒体为中心”。他的陈述可以转换为另一种表达方式，更短且更有力：要么适应，要么失败。而《新规则》一书则在如何利用新媒体、应用新规则上给我们提供了众多有价值的建议。

129/ 《新营销战》：所谓“新”，怎么一个新法？

◎由他们来书写“社会化网络营销实战”，案例必然是充足的，资料可以是一手的，经验完全是亲历的。此外，他们可以把在淘宝网工作过程中与各店家交流、切磋的心得体会一并写进去，而不至于人云亦云。在我看来，这也恰恰是《新营销战》尚可一读的原因。

133/ 《决战第三屏》：“第三屏幕”引爆革命

◎《决战第三屏》像是通篇在为智能手机的光明前途和无限商机高奏凯歌……从商家的角度来看，移动科技驱使他们走向一个空前彻底的“从实时到随时”的时代，无时不在、无处不在、无所不能，这便是移动互联产业极具想象力和爆炸力的地方。

137/ 《社会化营销》：人类都无法阻止的“社会化营销”

◎值得一提的是，陈亮途近年来专注于社会化媒体营销领域的研究与实务，而他的这本《社会化营销：人人参与的营销力量》的确是目前国内用中文写就、探讨社会化营销最为全面和透彻的一本书了。并且语言通俗易懂，可读性极强。

141/ 《强关系》：社会化营销：将关系进行到底！

◎该是和过去营销方式说再见的时候了，企业再也不能用“推送+祈祷”的方式做老掉牙的单向销售，要迎合时代、脱颖而出，必须得用“拉近+留住”式的社会化营销。请注意，拉近的是“人情”，留住的是“人心”，离不开人，这正是社会化营销最本质的一点。

145/ 《公众风潮》：社交媒体的财富契机

◎总之，《公众风潮》值得我们阅读是因为，它深刻地记录了社交性网络促使商业变革的这一趋势，更清晰地指出了其中的机会所在。面对这股风潮，我们无法回避，要么被影响，要么将被影响，既然如此，何不顺势而为、顺流而上呢？

149/ 《浪潮求生》：社会化媒体时代，如何踏浪前行

◎沈健深知作为企业的市场、公关人员，或者作为政府部门的官员，他们对这种传播范式的改变有点措手不及甚至无所适从，于是他要做的，便是通过一本书对社会化媒体时代下网络舆情的变化、公关行业面临的挑战、国外网络营销最新动态、危机应对的策略和手段、微博工具箱、整合营销传播攻略等做个全方位、系统化的介绍。

153/ 《病毒循环》：病毒营销的“以案说法”

◎潘恩伯格说的“病毒循环”就是“口碑营销”，只不过借助互联网的媒介属性使传播更显几何级和病毒性（效果）。当然，潘恩伯格需要一个新词汇，就像互联网泡沫之后IT业界和资本圈都需要一个“Web2.0”的划分，以表示跟过去诀别、迈入新纪元。

157/ 《O2O》：是运动还是革命？

◎对于O2O的未来，当你读完本书会不自觉地有“移动互联，O2O大势所趋”的感觉（也可能是“错觉”哟）时，我所关心的议题是——大互联时代，人与物一切皆可在线、即时，虚拟与真实的界限被打破（模糊），O2O还尚能在否。我期待张波的回应和“张波们”的探寻。

161/ 《社会化媒体运营》：社会化营销的“生意经”

◎眼前这本《社会化媒体运营》对作者来说的写作初衷和对读者而言的阅读价值，在于为相关人士提供一个利用社会化媒体赚钱的可视路线图。没有人是因为想要社会化而从事社会化媒体行业。

165/ 《社会化媒体运营》：社会化媒体的“壳”，客户关系管理的“核”

◎社会化媒体运营为企业管理赋予了新使命，也为传统客户关系管理拓展了新疆界。叶开敏锐地把握了潮流，与时俱进，在其擅长的知识领域积极作出回应，且有所作为。如果再结合时下另一个很热门的“大数据”概念，叶开实则强化了这样一种论调：CRM 本身是一种渠道管理、客户营销，在新媒体环境下，数据才是基础。

169/ 《微信营销解密》：微信营销？微信罢了

◎虽然在研究深度和广度上欠缺，但作为一本目前市面上为数不多的关于微信营销的书（在该书之外，尚有赵黎的《玩转微信实用攻略：史上第一本微信营销实战指南》、邱道勇的《微信改变世界》），作者与时俱进走在潮头，第一批系统地总结了微信营销的原则、方法与策略，这个探索是值得肯定的。

潮观念

175/ 《失控》：如何阅读这本“神人之作”

◎深究凯利的思想，不难发现其沿袭了超验主义的脉络，崇尚自然、重视以人为本。在他看来，有机体和人造物在本质上是相同的，因为它们有着共同的灵魂——活系统（vivisystem），一个被凯利制造出来的词，代表所有具有生物活力特质的系统。不过和那些超验主义者区别的是，凯利以经验与实验代替直觉，用数据和案例加强论证，关注的是极广义的“技术”。

179/ 《科技想要什么》：技术亦是生命

◎“技术亦是生命！”毫无疑问，这是一个令人吃惊的结论。在既有的观念里，技术为人所发明，是后者的媒介与延伸；它具有双面性、利弊共存；作为工业化的体现，它是冷冰冰的。或许，只有凯文·凯利才会视技术如生命，赋予其灵性，而这不仅仅是一种拟人化的修辞。

184/ 《免费》：对它的可能性误读

◎尽管《免费》和《长尾理论》所谈的事情相差很大，实际却一脉相承。因为《免费》关注的价格和《长尾理论》聚焦的品种都是互联网经济的延伸思考，是一个硬币的两面。在这里，价格和品种的关系在于：品种越多，成本越低，既是长尾，也能免费。

188/ 《未来是湿的》：互联网未来的美好一面

◎舍基说，他的最大期望是读者在读完他的书之后，能够为两样事情而激动：“一是存在多种社会实验的可能性，二是还会有更多的社会性工具的新用法被发明出来。”不管舍基的希望能否最终实现，但通过互联网，人们能够各抒己见，能够为权利而斗争，能够为目标去集结，进而影响和改变社会，而这正是舍基为我们描述的互联网未来的美好一面。

192/ 《认知盈余》：有闲时间，改变未来

◎正如无聊经济催生分众传播，有闲时间促成维基模式，后者引领社会与商业全新的未来。读舍基的书，总是颇受启发。他擅长用讲故事的方式、很随意地抛出些有趣的想法——社会化媒体不仅改变了人际关系，而且促进了生产关系，即消费、生产与分享，三位一体！他很乐观，但愿他是对的。

196/ 《众包》：你准备好了吗？

◎在杰夫·豪的笔下，众包基于这样一个假设：每个人都拥有对别人有价值的知识或才华。在一定场合下，他们都有可能是艺术创造者、方案提供者和问题解决者。与此同时，互联网将发挥极为重要的作用，它提供发表观点、释放能力、激荡灵感的平台，人们可以在它之上人人出力而又人人受益。

200/ 《社交网络改变世界》：“互联网改变世界”的变与不变

◎作为一本阐述 Web2.0 时代社交网络如何引发变革的著作，马修·弗雷泽与其搭档并没有将议题随意扩大，进而让讨论变得空洞泛泛。他们集中在权力和社会结构的演变问题上，因此从某种意义上讲，作者踌躇满志，他们的《社交网络改变世界》在沿袭了《网络社会的崛起》研究脉络的同时，试图再超越与突破——但不管怎样，有一点他们是做到了，他们续写了卡斯特当年未完成的 Web2.0 篇章。

204/ 《无界》：欢迎来到“无界”时代

◎洞见性的思考和对趋势的研判，注定了《无界》会成为一本前瞻之作，它的积极意义毋需多言。然而需要指出的是，也正是因为它的过于理论化和超前性，使得给人印象是有点务虚、不切实际。

208/ 《无处不在》：做好准备，社会化企业！

◎在整本《无处不在》一书中，韦伯试图通过介绍一些企业早期的成功举措和它们如何制定全面的数字商务战略的经验，来帮助那些对社会化媒体有所认识、有所领悟的企业管理者，使其意识到：倘若成为一家真正的社会化企业，你便可以轻松实现与市场同步前进、走在产品上市周期的前面、开发具有市场影响力的新资源、改善企业的成本结构以及赢得人才竞争等目标。

212/ 《平台战略》：引爆平台革命

◎可以预见的是，平台模式将渗透商业领域各个角落，成为新世界的战略主轴。这是一个赢家通吃、输家完败的市场，一个产业内顶多只能有一两个平台出现，而不会有太多平台共存、诸侯割据的现象。也就是说，得天下，除了民心（消费者），还要先得平台（战略要地）。

216/ 《长尾战略》：中国语境及其本土实践

◎这就意味着不管长尾理论究竟是否就是“冷门发大财”，要把克里斯·安德森的创造应用于中国实践，必然要经过一个解读、还原的过程。在这个意义上，与其说姜奇平的《长尾战略》是对《长尾理论》的解释，还不如说是重新创作和发扬了长尾理念。

220/ 《游戏改变世界》：当我们在玩游戏的时候，我们究竟在玩什么？

◎在某种程度上，你可以把简·麦戈尼格尔的《游戏改变世界：游戏化如何让现实变得更美好》视作《坏事变好事》的姊妹篇。区别的是，麦戈尼格尔把重点聚焦在游戏，确切地讲是网络游戏上，进而延续和深入当年约翰逊在“游戏（大众文化的一种）在让人们变得更聪明、生活变得更美好”这一观点上的专题讨论。

224/《网络素养》：数字时代教你如何生存与获得成功

◎正如弗雷德·特纳在《数字乌托邦》中从斯图尔特·布兰德到霍华德·莱茵戈德由此及彼地提及，并称他们为“联网创业者”——通过网络免费地发布作品来获取声誉和观众。对此，身为当事人的莱茵戈德并不否认，反而，还进一步指出，“我们将之前孤立的网络连接起来，从连接中获益”。同样的，这本《网络素养》其实是“联网”的延续。

228/《开放》：新媒体时代，想格是格不住的

◎多少年来，像彼得·德鲁克、汤姆·彼得斯、约翰·科特、沃伦·本尼斯、约翰·加德纳等管理学家都试图揭开领导力的神秘面纱，查伦·李的《开放》无疑为领导力学研究注入了新的元素。她向人们展示了新媒体时代下管理者所需面临的课题：要么开放，要么灭亡！

冷思考

235/《总开关》：谈网络开放，先弄清楚谁在控制“总开关”

◎吴修铭在提醒人们，信息产业作为这个时代极具影响力的事业，当其中的各行业创建之初就以帝国式的联合与分裂演绎着兴衰更迭的循环现象，而如今是时候该引起我们足够的重视了——这正是吴修铭的写作目的所在，为此，他不仅引用了罗贯中在《三国演义》中那句“天下大势，分久必合，合久必分”的论断，而且还为全书起了个极富意味的名字：总开关。

239/《代码2.0》：代码就是法律

◎不难发现，在这个随时都造就可能的时代里，莱斯格所秉持的自由主义的理念不断警示我们，我们有必要知道该用一种力量去保证网络的自由，并且更为重要的是，我们不该做的又是什么。

243/《思想的未来》：网络时代的控制革命

◎莱斯格在《思想的未来》中极力想证明，约束的存在是我们人为的结果。而且许多人试图重构这些约束是有各自的意图的；他们将维护自己作为强权者的既得利益，以避免互联网所带来的竞争威胁。换言之，旧势力正在降服网络，以对抗新生力量。自由的网络空间和介入的强权主义，对莱斯格而言，这便是他要深入探讨的主要命题。

247/《免费文化》：劳伦斯·莱斯格：“平衡论者”的自由文化

◎如果说，当年托夫勒预言并勾勒了信息时代的宏观视野，尼葛洛庞帝宣告和描绘了“数字化生存”的到来，那么在今天，是莱斯格唤起和引领着民众重新审视互联网时代的规则。按照这位“平衡主义者”的看法，这个规则肯定不能照搬工业时代的一切，不能只体现原有既得利益者的意愿，而是应该站在整个人类文明发展和历史进程的高度，重新协商确定！

251/《数字时代，盗版无罪？》：盗版有罪，谁说了算

◎蔓延全球的数字盗版现象，正大肆挑战正统的知识产权观念与制度。这是一个老生常谈的话题，是一个不辩不明的法点，更是一个发人深思的事件，虽然广泛存在，但不必然合理。就在约翰·冈茨和杰克·罗切斯特写作《数字时代，盗版无罪？》时，他们再三强调：哦，别误解了书名，这不是反问，而是设问。

255/ 《说话算数》：数字娱乐的未来之路

◎费舍尔力图在数字内容创作者、文化娱乐公司、媒体行业协会、网络运营商、内容供应商和终端消费者之间找到一个均衡点，让数字内容能在P2P技术下合法且公平地被共享和使用。在这个意义上，费舍尔的贡献将帮助正在面临危机的美国娱乐产业走出困境……

260/ 《我们的防火墙》：以最大的善意理解“我们的防火墙”

◎《我们的防火墙》出版于2009年，这一年，也是中国互联网的“监管年”，李永刚的作品问世可谓恰逢其时。作为国内第一部真正意义上探索“国家防火墙”的学术专著，本书为我们了解中国互联网的过去、现在乃至未来创造了契机。

264/ 《网民的狂欢》：网民狂欢与众声喧哗

◎你可以把安德鲁·基恩的《网民的狂欢：关于互联网弊端的反思》“反着”来读，噢，不是颠倒过来、反转过去的“反”，而是反对、反动和反叛的“反”。那些人们对于互联网的肯定评价、美好愿望，在安德鲁·基恩这里，都是要被予以否定和批判的。

268/ 《过度互联》：“过度互联”是个问题吗？

◎作为一名从事高科技风投行业超过30年的投资人，戴维德对于风险控制必然有其专业的经验和独特的见解。他借以“过度互联”现象来阐发风险的由来、潜伏乃至爆发，着实是一个颇为新颖的观察角度。

272/ 《删除》：数字时代，遗忘也是一种权利

◎维克托为我们描绘了一个不安的未来。要么是被信息权力所掌控，活脱一个乔治·奥威尔笔下的“老大哥”或边沁作品里的“圆形监狱”；要么是摧毁历史，损害我们及时行事的能力。于是，如果仍旧对数字记忆力无动于衷，接下来人们将无助地徘徊在两个同样令人不安的选择中：一种选择是永久的过去，一种选择则是被忽略的现在。

277/ 《群体的智慧》：从“群氓”到“群体”，新的高度

◎索罗维基写作《群体的智慧——如何做出最聪明的决策》显然是在向查尔斯·麦凯、古斯塔夫·勒庞等持相同观点的人叫板。索罗维基想让人们重新认识“群体”及其“应有的智慧”，群体并非天生是非理性的，只要遵循恰当的方法，群体的智慧便能被很好地激发出来。

281/ 《网络至死》：娱乐尚未至死，网络危机来袭

◎毫无疑问，弗兰克·施尔玛赫对眼下数字时代的主要弊端开出了诊断书，他试图为我们揭示和分析这个困境，使我们重获独立和自由。于是，随着他的指引，我们是否该在建立健全网络空间秩序的同时也考虑为自己在大互联网中的“有所为、有所不为”制订出一套标准了？

285/ 《哈姆雷特的黑莓》：数字生活，“始终在线”不如“暂时断线”

◎就像薛定谔的猫、密涅瓦的猫头鹰、奥卡姆的剃刀或者维特根斯坦的镜子，威廉·鲍尔斯也用了形象的哲学隐喻——哈姆雷特的黑莓，并以此作为书名，来探讨如何“走出拥挤的数字房间”。

289/ 《你不是个玩意儿》：杰伦·拉尼尔：忧虑的网络文艺范

◎胖子、一头小辫子、脚踩两只船（计算机与艺术领域），数字狂侠杰伦·拉尼尔人长得极端，观点也极端，他警告那些被互联网奴役的人们——就快沦为技术的附庸，而丧失了作为“人”的价值。