

Internet thinking

马云  
盛赞力荐

# 互联网思维

—— 工作、生活、商业的大革新 ——

钟殿舟◎著



迄今为止最好的互联网思维专著  
唯一明确传授传统企业和个人如何转型的  
互联网思维读本



Internet  
thinking



 企业管理出版社  
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



Internet thinking

# 互联网思维

工作、生活、商业的大革新

---

全面向互联网转型是我们刻不容缓的目标。我们需要快速建立起互联网的业务模式，产品有更好的互联网应用体验，销售有更强的互联网通道，市场营销要更充分发挥互联网的特性和手段，以消费者为核心，推广我们的产品，宣传我们的形象。

——阿里巴巴集团董事局主席 马云

“专注、极致、口碑、快”这四个词其实是没有先后顺序的，你仔细想想，不专注，速度就快不了，改得不快，就没用户口碑，不做到极致，也没口碑，不专注肯定就不极致，所以它们是这么一个关系。我们终极目标是要形成口碑，不做到极致就没口碑，改得不快也没口碑，不专注也没口碑，口碑是我们的核心。

——海尔集团董事局主席兼首席执行官 张瑞敏

传统企业跟传统媒体一样，要改造成一个适应互联网的机制非常困难。互联网的冲击不只是电商、互联网营销等，它还将带来非常深层次的冲击。我觉得冲击到最后，整个社会都会变成自组织。

——联想集团总裁兼CEO 杨元庆

我一直认为互联网不是一种技术，是一种思想。如果你把互联网当思想看，你自然而然会把你的组织、产品、文化都带进去，你要彻底重新思考你的公司。今天很多人都说网上营销好，但是营销好了，麻烦也就开始了，你整个组织、人才、思考、战略都要进行调整。

——当当网创始人、联合总裁 李国庆

---

上架建议：经济管理/互联网思

ISBN 978-7-5164-0782-2



9 787516 407882 >

定价：32.80元

Enhancement Thinking

# 互联网思维

—— 工作思维 商业模式 ——

陈冠中 等著

机械工业出版社



定制图书就到“三味书屋 1688”要神马就有神马！

360 搜“三味书屋 1688 博客”就到了！

飞信、博客、QQ 空间、每周不定时发布新书信息！

联系 QQ2093533843

联系 QQ2094415699



ISSN 1000-0717

《计算机学报》/ 计算机学报, 一季刊, 创刊于1978年

社, 100024

ISSN 1000-0717

1. 创刊号 2. 创刊号 3. 创刊号 4. 创刊号 5. 创刊号  
6. 创刊号 7. 创刊号 8. 创刊号 9. 创刊号 10. 创刊号

《计算机学报》/ 计算机学报, 一季刊, 创刊于1978年



中 文 名: 计算机学报

中 文 名: 计算机学报

英文缩写: CS

中 文 名: 计算机学报

出版周期: 季刊

社 址: 北京中关村大街22号 邮编: 100024

网 址: <http://www.ccf.org.cn>

电 话: 010-62595888 编辑部电话: 010-62595888

发行范围: 国内外公开发行

印 刷: 清华大学印刷厂

编 者: 清华大学

编 者: 清华大学 100084 清华大学 100084

邮 政: 100084 清华大学 100084

定 价: 10.00元

《计算机学报》/ 计算机学报, 一季刊, 创刊于1978年





【自序】

## 我们正站在一个千帆竞渡时代的人口绝

### 互联网思维与传统行业

当前互联网小本在千帆竞渡个红海行业高歌猛进的时候，传统企业面临两难选择，紧盯小本的动向，愿意在愿意要进入自己所在的行业，也有企业坐井观天，认为小本不过是个偶然得财，条件也要恰的，因此上，因循守旧固守传统商业模式的优势地盘：房地产、互联网、互联网、等等。在他们眼中，小本不过是个偶然的一个现象。

不管是坐井观天还是井底一观，都不过是或迟或早一个趋势，互联网思维将打破一切行业。

由同一句我们常听到的话：这个趋势，不朝人愿意去的方向。

“80后”创业者的思维模式与思维方式，他们不知道如何去跟互联网思维，因此他们不知道如何去跟互联网思维的任何条件，他们只知道一个思维。

随着传统企业的逐步退出工业社会一样，“80后”以及



原来第一类是传统互联网一代。他们天生具有互联网思维，把线下的思维搬到，互联网不再仅仅是一个渠道，多了一个工具而已，而是成为生活的一部分，互联网就是生活，他们的存在，他们的思维，都是由互联网驱动的。他们的做事的方式，一定是符合互联网思维的。

原来，由互联网驱动属于“90后”以及更年轻一代的，因此，未来企业就是属于互联网思维的。

作为一种社会时代发展推动的引擎，互联网不符合时代发展规律的趋势，随着生产力的内在规律，跟整个大趋势上对，国家在战略层面为国际 10 亿人口提供基础支撑，随着国家战略层面越来越大一统。

### 我们正处在一个互联网驱动时代的人口是

经过十多年的发展，互联网最近几年，才刚刚开始真正跟线下融合的趋势。

这是因为，互联网发展到了第三阶段：“互”的阶段。也就是人的网络时代时代。这个时候，人开始成为互联网上的主体，人们开始在网上生存。

随着科技发展的深入，互联网就是生活。推动互联网的发展趋势可窥端倪的由数据驱动这个趋势。电子产品已经成为人们生活的语言。

互联网不再是一种补充，而是主体，未来将是如此。



在互联网“云”的普及，向传统领域产生了根本性的冲击。这种改变将席卷三个方面：一是企业可以不再通过销售中介（渠道）直接向用户销售产品；二是企业可以不再通过信息中介（媒体）直接向用户传播信息，用户也可以直接生成或反馈信息；三是用户之间不再是相互隔绝的，他们之间可以直接传播信息。

如果从商业逻辑来讲，工业社会，是精英阶层的时代；互联网社会，则是平民阶层的时代。

因此，这是一个千帆竞渡的转折点，精英的没落，是注定这个时代的入口处。谁站对了位置，谁就会做这个时代的风头，鹤立鸡群，展翅腾飞，否则，默默无闻等这个时代，谁也不会做这个时代的风头。

## 你凭什么成功？

你靠什么能在工业社会中，工作获得收入和财富？与工业社会相适应的，是精英阶层的成功路径。你如何在工业社会获得成功，就必然会在网络时代在互联网社会获得成功。因为互联网社会是原工业社会的翻版。

原来成功的因素，恰恰是现在成功失败的因素，原来有成就的，现在没有成就了。

但是，你成功或开平民有被抛弃——危险。因为过去你靠精英思维和精英不可有成，互联网思维精英不可——你被抛弃，



突破。凡是掌握了互联网思维，就能在竞争中掌握制胜的法宝，产品自然畅销，销量自然成一等巨大的优势。

而产品，恰恰是互联网思维制胜的法宝之一，是互联网思维的基础，如果加上对用户的数据，有助于迅速提升用户体验，则传统企业就可能实现互联网时代的弯道超车。

### 个人怎么办？

这是个人最好的时代。

到了这个时代，个人的聪明才智才开始真正绽放为最耀眼的光芒，因此那句“21世纪什么最贵，人才！”才算是真正得到了实现。

拥有了渠道中介（渠道）和信息中介（网络）的阻隔，个人创造的成本大为降低，创造产品和创造服务，你更依赖于企业与用户之间的渠道，也就是，来自于人与人之间的链接，而不是人脉和广告。

个人而不是组织，个人的经历而不是别人的经验，这成为阻隔了个人与企业、创业者与成功人士、创业企业与巨型企业之间的阻隔。

在互联网上，人们就是透明的存在。互联网是以人的能力而取对人们的综合评价体系为基础的，有自己独特创意的就可得到属于自己的报酬，因而给自己赢得独特的价值。

这是一个物物交换的物时代，这是一个物物交换的时







欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《互联网思维工作、生活、商业的大革新》李善友 著.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/5185.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

