

<<商业的常识>>

图书基本信息

书名：<<商业的常识>>

13位ISBN编号：9787564213695

10位ISBN编号：7564213698

出版时间：2012-7

出版时间：上海财经大学出版社

作者：申音

页数：288

字数：290000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商业的常识>>

前言

创业是一胜九败的事不管怎样卑微，都要活下去从创业的第一天起，我就知道创业不是一件风光的事。

创业是被神化了的一个词，创业更多的时候是在折腾。

折腾是什么意思？

你在一个黑箱子里找出路，你什么都看不见，但如果你不动，就只能被闷死。

你要在各个方向探索，先找到墙壁，看看有没有窟窿可以利用。

如果碰到别人了，那家伙可能也是一个苦逼，你们可能成为合作伙伴，但也有可能他跟你干着同样的事，还会在背后捅你一刀。

商业的世界比我们想象的要残酷。

我在媒体工作时，自认为是比较了解商业社会的，但真正进来后，发现我其实不够了解。

所有人跟媒体讲述时，内容都是经过公关部包装的，你理解的商业跟桌子底下的商业是不一样的。

媒体写出来的不是最悲惨的故事，就是最光荣的典范，其实创业者大部分时间是在常态中，就是熬着。

2010年夏天的时候，我大部分时间就是在熬着。

你怎么判断这个人是不是在熬着呢？

你看这个人的脸是白的，面部表情呆滞，那就是了。

这说明他还没有找到自己适合的方向，不知道自己适合做什么，没找到适合的员工，没找到适合的搭档——任何一个没找到和不知道，你都会拧巴、纠结、痛苦，然后睡不好觉。

大部分时间里，没有人能够帮你解开这个结。

兄弟可以陪你喝酒，那又能怎样？

他们明天就上班去了，但你还得独自面对这些问题。

下个月的工资怎么发？

融资不到位怎么办？

你忽悠了客户，客户不满意怎么办？

产品推荐不出去怎么办？

你被竞争对手打击了怎么办？

创业其实是一个自虐的过程。

如果你想享受生活，那就不要创业了。

我也见到一些创业者过得很潇洒，但他们一定都是经历过自虐的。

不确定性太多了，你永远不知道什么时候会发生什么事。

对于所有创业者而言，不管怎样卑微，你首先要活下去。

哪有胜利可言，挺住就是一切。

并不是说我成功了，只能说我比你跑得快，先抢到了果子。

其实大家都处于饥饿状态，你只知道有人已经吃到果子而你还没有吃到，而且这棵树上结得低的果子都已经被这帮人占了，你只能很苦逼地爬到最高处才能吃到果子，下面还有一群人在盯着你。

明明你是一个人，但你得像一只猴子那样去爬，还要提防随时有另一只猴子捅你一刀。

成功就是碰上“黑天鹅”我采访过很多创业者，点评过他们的模式——这个做得不对，那个做得不对。

甚至会问他们创业的原点——当初为什么做这件事。

其实，创业者今天做的事，跟三年前想做的那件事基本不一样。

而且大部分人并不知道转变是怎么发生的，他们只是在路上，不断地调整。

有人说，从创业到成功平均需要3.75次转身。

成功人士给我们讲的故事，都是经过美化的。

他们事后推导自己为什么能成功，认为每一步都是自己设想好的，都是天意。

他们在回忆时总是美化自己，就像今天我说自己的故事时，也在找一个逻辑来自圆其说。

<<商业的常识>>

不是说你融资了就成功了，不是说有大佬青睐你就成功了，也不是说下载量达到100万你就成功了。这是一个漫长的、没有结局的比赛，你必须熬下去。

除非有一天你突然想明白了，把公司卖掉了，那就真正game over（结束）了。

要不然，明天总是可能出来一个新的公司，它可能把你干掉。

为什么很多创业者最后都会不自觉地相信某些宗教，就是因为你不能把握的东西太多，你唯一能把握的只有你自己。

其实每一步的成功都是“黑天鹅”，都是随机事件，很多成功是误打误撞的结果。

我相信成功需要一万个小时，但也是需要“黑天鹅”的，你只有不断地苦熬、不断地等待、不断地把握机会，才有可能等到“黑天鹅”降临到你的头上。

我也在等“黑天鹅”。

王兴是一个多么聪明的人，第一次失败了，第二次做校内网时撑不下去，最终被陈一舟收购了。

现在我们看到校内网有大成，但如果是王兴做肯定成不了，因为他确实没钱。

他又做了海内网、饭否网，终于在做美团网时成功了，也就是“黑天鹅”降临了。

每一次被打击完以后，创业者还能站在这个废墟上，那就牛了。

道德感跟成功的确没有太大的关系如果做人没有底线，即便成功了，这个人也极其可怕。

没有底线不行，但如果拿着道德去做生意，你会碰得头破血流。

道德与底线的界限在哪里？

比如说你有一个员工，你明知他表现得不够努力，你却开着很高的薪水，他身体还不好。

从道德的角度来讲，你不应该开除他。

如果我是一个职业经理人，我会选择让公司养着。

但如果我是老板，我会毫不留情地开掉他，因为我不能养闲人。

如果我养了闲人，我的团队怎么办？

其他人会有情绪。

你甚至会在过年以前把他开掉，因为你不愿意多发一个月的年终奖。

这是很没有道德的。

但是，你早开除他一个月，你的公司就能多撑一个月。

底线，首先是不去伤害别人，不去陷害别人，不去搞阴谋。

中国的商业社会是一个江湖。

每个人在外面，可能说你坏，也可能说你好。

他在说你好的时候，也可能是在毁你，你却不知道。

这里有很多坑，你不小心被人家装坑里了，只能怪自己没经验，下次你就学聪明点儿。

商业社会坏到极处就会变好我不喜欢丛林逻辑，我喜欢天空的逻辑——老鹰可以飞，麻雀也可以飞。

但我也惧怕丛林，我不害别人，但别人若是来害我，我也能抵挡。

这是所有创业者都需要学会的。

有竞争也有合作，那才是商业社会，而不是你捅我一刀，我捅你一刀，看谁能挺到最后。

我相信商业社会会变好，但这是需要过程的。

我们身处一个商业丛林，都用最原始的方式去竞争。

当我们打到没法再打下去时，世界就开始和平了，商业世界也是这样。

我们的现实社会还会坏下去，但坏到一定程度总会好起来的，因为不可能再坏了。

到了那个时候，人们就会坐下来制订规则。

创业是一胜九败的事，自从创办了国内第一家专注于利用社交网络和自媒体进行营销的机构之后，我深刻体会到创业的不易。

另外，希望大家能够多多关注我和薛蛮子老师一起做的“@蛮子文摘”，支持原创分享！

我的第一本书《商业的常识——为何普世商业价值在中国行不通》，在2011年7月推出之后，受到不少朋友的欢迎，我很感动。

在推出新版本之际，再次感谢亨通堂的策划和编辑以及磨铁图书的发行，希望读者们会喜欢现在的这个修订版。

<<商业的常识>>

申音2012年4月“纸媒的黄金期还有十年”，这是从做记者到做主编的申音对被抛弃的行业的判断。

“难道还做十年主编吗？”

十年以后我要做什么？”

申音在2010年新浪微博开发者大会上找到了答案——以微博为主要形态的自媒体与社会化媒体。

“创业是一胜九败的事”，申音把孩子将来上小学的钱准备好了，就拿几十万出来创业。

申音说，出来创业“不是因为钱的问题，而是心中还是有一股冲动，想做点事情”。

在他看来，解决钱的问题有很多种办法，可以进大公司做高管，当然，“做媒体是解决不了钱的问题的方式”。

当了十多年商业记者后，这位前《创业家》执行主编终于变成一个创业者。

“传统媒体已经没办法覆盖我对商业和新媒体的理解。”

踏进这名利场之后，申音却发现，中国商业界比他想象的要险恶。

——《新周刊》推荐序一：商业的真问题 李开复申音同学的文章值得一读。

此前，我就是他博客的忠实读者，跟多数媒体人的博客不一样，他对商业问题的兴趣远远大于故事本身，他也一直致力于把中国商业的演进放在更大的时空背景下来考察。

他能够在近距离地观察那些成功创业家的同时保持一种理性审视的态度。

而我真正认识他，是在2009年我创办创新工场的时候，当时我的第一批工友里有好几位是他的朋友，像王肇辉、张亮、黄继新等。

作为最早一批约访、了解创新工场的记者，他后来又多次来公司做客，并且直言不讳地提出自己的见解。

尽管有时我并不完全认同他的观点，但我很欣赏他这种坦诚沟通的态度，以及他对创造新事物的热情和兴趣。

作为曾在苹果、微软、谷歌这样的创新企业工作、深受硅谷氛围影响的人，我很容易注意到中美两个国家商业环境和商业文化的巨大不同。

这也造就了两个国家创业者和投资人的差异，甚至会影响到商业模式、团队合作等方方面面。

申音也敏锐地注意到这一点，因此相关的内容也就成为他博客持续的主题。

事实上，他不但观察、发现、批判，还提出有建设性的意见。

在有了微博这个新工具之后，他的更多思考通过微博得到了展现和传播。

但显然，他不满足于仅仅做一个好的媒体人。

或者说，在社会化媒体时代，好的媒体人完全可以脱离媒体机构而独立存在。

他告诉我，他决定去创业！

方向是社会化媒体的营销传播，突破口就是微博。

因为我也是“微博控”，我也相信：微博改变一切。

在为他高兴的同时，我提供了一些个人的建议。

我觉得优秀的媒体人转行作投资或创业是一个不错的选择，因为他们对行业有宏观思维的能力，有强大的人脉，也很擅长发现细节。

但他们最需要的是脚踏实地，知行合一，吃得苦、耐得烦，别让自己总悬在半空中。

申音在本书中多处提及：媒体人看过许多成功故事，却很少注意到比成功经验更重要的失败教训。

媒体人喜欢概念、喜欢愿景，对数字和逻辑不敏感，但数字管理和路径方式却是创业者必须深研的...

...这些我觉得都是申音在转身后对创业的重新理解。

总之，我相信，这本书对所有创业者和所有服务于创业的朋友都是有帮助的。

推荐序二：你看风景，风景里的人也在看你 牛文文中国有很多媒体人，但是大部分媒体人的新闻理想大于商业理想，申音是其中的异类。

他是我多年的新闻伙伴，也是我后来的创业伙伴。

六年前，我从《环球企业家》把他请到《中国企业家》做主编助理，就是看到他身上的这种创新气质，这种气质正是我当年的团队所缺乏的。

后来当我们开始创办《创业家》时，他对西方商业的癖好变成了对创新商业的癖好，即对本土创新的

<<商业的常识>>

癖好。

很多人都说中国的商业是没有创新、没有创造的，都是模仿、克隆，但是如果你睁大眼睛去观察，在一片混乱当中去辨析创业的火种和基因，寻找到蓝海的基因还是有可能的。

申音这些年来一直在坚持做一件事，在缺乏创新的中国商业土壤上，瞪大眼睛寻找独特的基因和人。我本人跟我的同事们见证了他的这种癖好，他始终能从创新的角度观察这个商业世界，具有这种气质的商业财经媒体人其实少之又少。

通常，人们都喜欢用看热闹的目光看待问题。

我的一位老前辈曾经教过我一句话——新闻就是提前说、大声说、错了也要说。

对待创新这件事，只要你有意识，错了也要看，同时要大范围地看。

申音一直在杂志社做编辑，所以他写的东西其实并不多，更多的是带领记者们做事，在很大程度上，他是一个默默无闻地观察和分析中国创新的媒体人。

早期，他对创新的观察主要来自跨国公司，用西方商业成型的理论来观察中国。

参与《创业家》创办的这三年，他完全走出了之前的路径，迈上了大地商业的路子——立足中国大地，立足一亿中流，立足草根商业。

阅读本书，你可以看到他对创新商业的观察已经完成了从西方模式到本土总结的提升和跨越，就如同马克思主义刚刚进入中国的时候被称作“二十八个布尔什维克”，直到井冈山时期，它的中国信仰者才真正找到“农村包围城市”的中国道路。

对创新商业的观察同样也有这样的过程。

现在，我们经常说反向创新，这个说法来自杰夫·伊梅尔特先生，意思是发展中国家实际上也有创新。

这是典型的西方本位主义，不过作为中国的媒体，应该更自信地寻找来自中国自身的创新。

我创办的《创业家》杂志是一本立足于寻找本土创新者、本土创新模式的杂志。

至今，我们一直秉承这样的理念来办刊。

申音作为执行主编，在这个过程中，我相信他对创新商业思考之深入，在国内新闻界无人能出其右。

他从摩托罗拉和诺基亚这样的世界500强公司出发，转而在本土草根企业身上寻找创业基因。

我记得在天宇朗通、摩尔庄园这些公司还很小的时候，申音就对它们充满了兴趣。

《创业家》在这三年间发现了很多有价值的小公司和创业者，在很大程度上都得益于申音和他带领的团队。

即便对创新、创业的观察，他也有一个转型和升华的过程。

申音对创新商业的痴迷到了走火入魔的程度。

新浪微博刚刚出现的时候，他就非常兴奋，除了自己加入其中，还动员《创业家》的兄弟姐妹们开微博。

当《创业家》的官方微博粉丝冲过3万时，他还为此进行了“裸奔”。

在他的鼓励和带领下，《创业家》第一次团购，开了财经媒体的先河。

他本人对微博很着迷，坚持每天在微博上撰写“今日一问”，得到了很多业内人士的呼应。

如果把这些内容集结在一起，你会发现这几乎就是过去两年中国创新商业的缩写。

能问出这些问题本身就说明他对创新的行业、模式有着深度的思考。

痴迷过度的他也终于压抑不住冲动，加入了创业的大军。

我们“损失”了一位好的主编，但是中国的创新商业多了一个新兵。

希望在创新商业方面能听到申音勇敢而坚定的声音，希望能够看到他以另外的方式作出的行动。

这本书出版的时候，申音已经由一个观察者变成了一名创业者。

相信此时的他能更深刻地体会到一句话：你看风景，风景里的人也在看你。

当你作为媒体人和评论家去分析别人创新的时候，你说得头头是道，但是当你作为一个创新者和创业者去实践的时候，你会发现那些评论家说得完全不着调。

所以我相信假如申音再出这本书的2.0版本的话，一定会有很多自己参与创业、创新的切身体会，也会更加血肉丰满。

我期待申音作为主角，用口述实录的方式记录创业的图书早日问世，而我个人也非常乐意再次帮他写

<<商业的常识>>

序。

<<商业的常识>>

内容概要

W猫在北京中关村。

他从小就是个脑袋很大眼睛发亮的天才少年，名牌大学毕业，后来又拿了美国某名校硕士。

他是硅谷Geek们的中国版。

他也是国内把玩Facebook、Twitter、Groupon、Foursquare的人。

啥叫互联网的未来，W做的网站就代表互联网的未来。

L的大部分时间泡在广东。

他是华南某所不太知名的大学毕业的，小眼睛质朴男，多年以前还是个文学青年。

哥们做手机网游的，但他最贵的一个手机也不过1千多块钱。

比起什么Web2.0、移动互联网的概念，他更关心珠三角的几千万农民工和城市边缘的大学生“蚁族”，怎么关心？

在东莞的夜宵摊上跟他们拼啤酒，在富士康厂区外网吧里刷夜，跟靠做他们生意开上宝马的便利店老板扯淡.....

这样两个人都开始做生意，你直觉谁更容易赚到钱？

答案是L。

为什么？

因为在中国，做精英的只能赚吆喝，做草根的才能赚着钱。

《商业的常识》中有成百数千个这样的案例，作者十年功力磨一剑，就是要通过这许许多多成功或失败的案例，让你领悟到中国商业社会的本质，认识整个商业社会的真相。

成功的原因有千千万万，失败或许只是因为你忽略了“常识”。

了解商业的“常识”，你才会理解这个商业时代的本质，你才会看得更深，走得更远。

<<商业的常识>>

作者简介

申音

NTA创新传播机构创始人，社会化媒体营销探路人。

《创业家》杂志联合创始人，前执行主编，后与天使投资人薛蛮子一起做@蛮子文摘，开创国内首家微博自媒体，具有广泛的影响力。

曾服务于《中国青年报》、《环球企业家》、《中国企业家》等多家知名媒体，现为《周末画报》、《南都周刊》等多家媒体专栏作家，并担任央视《对话》、《赢在中国》、《创新无限》、第一财经《中国经营者》等电视栏目的特约策划。

长期研究国内外创新商业模式，关注中国企业成长和风险投资，与许多国内年轻一代创业家、VC投资人有密切交流。

牛文文：中国有很多媒体人，但是大部分的媒体人的新闻理想大于商业理想，申音是其中的异类。他是我多年的新闻伙伴，也是我后来的创业伙伴，6年前，我从《环球企业家》把他请到《中国企业家》，就是看中了他身上的这种创新气质。

李开复：我是申音博客的忠实读者。

而我真正认识他，是2009年我创办创新工场时，当时我的第一批工友里有好几位是他的朋友，作为最早一批约访、了解创新工场的记者，他后来又多次来公司做客，并且直言不讳地提出自己的见解。尽管有时我并不完全认同他的观点，但我很欣赏他这种坦诚沟通的态度，以及他对于创造新事物的热情和兴趣。

<<商业的常识>>

书籍目录

- 自序：创业是一胜九败的事
- 推荐序一：商业的真问题/李开复
- 推荐序二：你看风景，风景里的人也在看你/牛文文
- 第一章 山寨之国的丛林现实
 - 美国没有史玉柱，中国没有乔布斯
 - 我们都是“海盗党”
 - 创新的园艺学
 - 制造业主的一声叹息
 - 中国商业的深层原力
- 第二章 从零起步
 - 船长
 - W和L
 - 给海归技术创业兄弟们的九个忠告
 - 在一个不伟大的行业里，做一个伟大的公司
 - 当创业遇上“黑天鹅”
- 第三章 商业模式的迷思
 - 别把商业模式当成“葵花宝典”
 - 关于商业模式的那些迷思
 - ITAT会让多少人裸泳？

 - 毒奶、新农业与模式的命门
 - “免费”的终结
- 第四章 “资本”是个什么样的主义
 - 好VC、坏VC
 - VC不是无辜者
 - 谁比牛根生更需要毒丸？

 - 假如朱新礼在硅谷
 - 六问创业板
- 第五章 可疑的成功
 - 可疑的成功
 - 山寨机王能持续成功吗？

 - 势在人为
 - 谭木匠、Google与价值观问题
 - 成熟公司的五个标志
- 第六章 商业风月
 - 我们需要什么样的营销
 - 苍天已死，黄天当立
 - 可怕的年轻化
 - 《大长今》的22条学习笔记
 - 绝不妥协
 - 关于QQ圈子的胡思乱想
 - 未来谁在创造内容
 - 2012创新商业十大预测

<<商业的常识>>

第七章 他们凭什么是最牛创业家

柳传志：长盛不衰的秘密

“天下第七”的印象

王传福：我没有技术恐惧症

“天使”没有翅膀

陈一舟 庞升东 王兴

李东生与马化腾

后记 我不是一个好的旁观者

附录 申音、孙陶然、牛文文聊创业

创业是一胜九败的事

<<商业的常识>>

章节摘录

2012创新商业十大预测预测一微信用户突破2亿。

它不仅是QQ2.0，而且将引爆一场全新的沟通方式的革命。

过去十年的“电话+短信”终于走向没落，未来是随时随地的廉价“语音+视频+图片+文字+LBS”。

它会打破QQ和MSN时代的阶层界限和国别界限，手机通讯录很快将不再重要！

腾讯有机会成为中国通信行业第四大运营商。

预测二电子商务成为城市40岁以下主流消费群体的主流消费方式，并且掌控主流商品的定价权。

京东成为中国新一代电子商务的带头大哥，淘宝、百度和360成为中国电子商务的主流流量入口，凡客的自我升级考验电商品牌梦想。

电商竞争进入残酷的铁甲钢拳阶段，活下来的才能获取新一轮资本注入。

团购置之死地而后生，移动电商是仅有的新机会。

预测三移动互联网进入“拼爹”时代，新用户获取成本将翻倍飙升，没背景、没资源的草根创业基本没机会。

千元安卓会取代山寨机市场，但SP玩法不变。

智能终端超过2亿台，主流应用进入千万级用户时代，运营商靠定制机保话语权，什么应用商店都比不上预装和刷机哦！

今天“互联网七雄”会有两家抢不到船票的。

预测四2012年是新电视元年。

如果说手机是多屏互动时代的起点，那么TV就是终点，最小的屏接管最大的屏，传统电视机厂商会和PC厂商一样悲剧。

未来属于苹果、三星，以及《非诚勿扰》类超级制作和“云视频”服务商。

热媒体需要实时在线、视频社交、自定义内容、3D购物。

除了广电总局，谁还需要电视台。

预测五这可能是二级市场投资最好的一年（因为坏到满地都是便宜货），或许也是私募市场最坏的一年。

天使投资在利益集团化，Pre-IPO在权力资本化。

2007年来的PE热面临大退潮，可能会有大牌投资人丑闻出现。

中概股私有化是最大题材。

70后投资人全面接班。

看好美股触底回升，看空创业板！

预测六“器官的工具化，工具的生命化”正在变成现实。

所有的“交互”，均围绕人类最自然的方式进行，尤其是手势、表情和声音。

ByeBye键盘和鼠标、触控、体感和语音会成为新一代智能设备的标配，这些可能创造一个新的十亿级用户市场。

但首先赚钱的是那些以此为噱头的骗子厂商。

预测七实名制重新定义“安全”和“隐私”。

病毒、木马什么的都是昨日浮云。

过去互联网上你是一个个的IP，如今我们是一个个的ID。

虚拟社交正在介入真实生活。

我们的言辞行为、我们的兴趣标签、我们的位置信息都会被一一记录。

你要享受更大的网络自由，就必须出让更多的个人隐私。

机器理解你，比你更理解你。

独立的杀毒软件公司没有继续存在的价值，仅平台级公司有资格保护你的账户。

变形的实名制未必能真正推行下去，但出于特殊目的的安全恐吓会长期存在。

预测八互联网广告苹果熟了，超越报纸之后是超越电视。

随着互联网用户的主流化、形式的丰富化、载体的移动化，互联网已成为最精准、性价比最好的媒体

<<商业的常识>>

。从传统的展示广告到搜索广告再到社交广告，CPS（按销售计费）是互联网广告的终点、电子商务的起点。

CCTV的广告已进入最后的疯狂，两年内会有四五家互联网巨头的广告收入进入百亿级。

预测九媒介形态全面从“平面”向“屏幕”转移。

数字化、社会化阅读会成为新的主流阅读形式。

未来媒体的发展有两个方向：越来越人格化和越来越社会化。

信息从属于人格，需要情感的力量来帮助传播。

人格化自媒体的影响力会取代传统媒体。

与此同时，聪明的媒体会与社交网络融为一体，谁在社交网络中链接的资源越多、中介传导的信息越丰富高效，它的影响力就越大。

预测十新一代的公司是粉丝驱动型的公司。

Google、百度让每一个企业都做得起广告，Facebook、微博让每一个企业都能建立品牌。

创造一个好到可以口口相传的故事，找到和你惺惺相惜的传播节点，靠诚意和幽默来与粉丝互动，今后的企业品牌不是靠广告宣传塑造的，而是由企业的用户口碑来定义诠释的。

<<商业的常识>>

后记

我不是一个好的旁观者十年一觉记者梦。

写这篇后记的时候，我已经正式告别了自己从业十年的财经媒体，成为一个互联网新媒体的创业者。

2000年，这是我作为记者的起点。

那一年，人人都在憧憬着新世纪，社会主义市场经济被当做改革的重大成果，主流媒体都在讨论着加入WTO的利弊得失；中关村里泛滥的不再是盗版光盘，而是与国际接轨的.com、CEO和新经济；年轻人坚信知识改变命运，大学生创业成了热门词汇；媒体人仍是“无冕之王”。

2010年，每个人都很焦虑，话题除了房价、油价、股价，就是“2012”；专家们在议论如今的市场经济是不是真正的市场经济；富士康的“17连跳”让“中国制造”失语；互联网也早已不是净土，这里除了山寨盗版，还有流氓和水军；任何人造食物都存在着危险的可能；考公务员的远比创业的多；传统媒体业已经变成了一个夕阳产业。

“站在舞台侧面观看的旁观者”，这是已故管理大师，同时还是一位出色的记者和作家的彼得·德鲁克的夫子自道。

他认为，身处一个波澜壮阔的大时代，旁观者并非花钱买票、喜恶之情皆在脸上的观众，亦非全情投入、靠表演赢得名利的演员。

他虽在舞台之上，却并无个人戏份，他的责任只是成为一名好的见证人，从不同的角度去看，并反复地思考——旁观者的思索，不是镜子般的反射，而是一种三棱镜似的折射。

然而，所谓“旁观”并非没有主观色彩，所有的观察、记录、思索和省思，都会融入旁观者个人的经验模式以及其对外在世界的片段印象中。

2000~2010年是中国经济狂飙突进的十年，对于任何一个商业记者而言，生逢盛世，不管你从什么角度，都有取之不尽的报道题材。

我们亲历了一个自闭保守的国家在如此短的时间之内，摇身一变成为高度自信的世界第二大经济体、第一大出口国和第二大进口国的过程。

但吊诡的是，它同时还是一个基尼系数和幸福指数在全球百名之外的国家。

这十年，是信息革命风起云涌的十年，是个人英雄和创业精神的十年，是金钱游戏与泡沫经济的十年，是资本和权力从对峙到握手的十年，是只讲成功不论是非的十年，是物质与灵魂分裂的十年……即使作为“旁观者”，也会担心跟不上“时代的巨轮”，很难从始至终保持着冷静、清醒和专业。

从入行的第一天起，我就是个市场经济和自由主义的信徒。

我相信市场经济是好的制度安排，游戏规则应当透明化，“看得见的手”要让位给“看不见的手”，公权属于公器，没有价值观就建立不起长久的商业。

人是最宝贵的资产，科学技术就是生产力，企业家精神的本质是创新。

在这十年里，我先后为中国最好的几家媒体服务过，一步步从记者到主笔，到编辑，再到主编。

我直接采访过中国大部分最著名的企业家和投资人，我参与报道过许多影响重大的商业事件，我妄图用自己的笔来参与、塑造新的商业文明。

但做到后来，我却越来越感到惶恐和无力，我担心自己所理解的商业并非真实运行的商业，我看到成功故事背后不可向外人道的真相，我发现自己早已接受的商业“常识”似乎在社会中变成了“异见”。

虽然我们指手画脚地评论别人的商业成败，但迄今为止，中国的商业传媒领域连一个像样的上市公司都没有诞生。

我同时也目睹了传统媒体的衰落。

一方面是因为新技术的冲击，免费盛行带来内容贬值，更重要的是，由于产业环境的特殊，媒体话语权日渐旁落，一批又一批优秀的记者选择了出走或者收声。

内容生产者的工作必须依赖网络以得到认可。

从2007年开始，我逐渐意识到，传统意义上的新闻写作将自己的观点隐藏在所服务的机构和所创作的报道背后，已经很难再满足我的表达需要。

我开始尝试在网络上写作，用更自由的博客，从“SOHO小报”到“思维的乐趣”，再到后来的

<<商业的常识>>

“ Techweb ”。

也并没有一个严谨、系统的写作计划，很多时候想到哪里写到哪里，但回过头看，还是有一些线索可循。

事实上，我没有成为一个冷静睿智的“旁观者”，反而变成了一个不合时宜的“发问者”。

我总是重申我所相信的“常识”，在那些演戏和看戏的人最投入的时候便会跳出来，但绝大多数的时候，我只看到了问题，却找不到解决的答案。

幸运的是，我看到了那么多真实的读者，他们与你热烈地讨论你提出的每一个话题，他们的每一次转发、每一条评论，都是对你认真思考的肯定。

我意识到，我并不是唯一一个看到“皇帝新衣”的小孩。

但是，我试图用写作来安抚一个不安分的灵魂，结果却证明是徒劳。

我不想再扮演一个夸夸其谈的“知道分子”或者媒体评论家，要想对写下的东西负责，那么我就必须用实践证明自己。

我有那么多的问题，难道都指望别人去寻找答案吗？

在下一个十年开始的时候，我已经鼓足勇气从幕后走到台前，就算只是一个不起眼的龙套演员，也要使尽浑身解数为自己出一个题目，然后解开它。

不管怎么样，我必须感谢这十年。

它是我人生经历中最重要的一段，让我的媒体职业生涯没有虚耗，也让我有勇气、有定力开始新的旅程。

感谢我的父母，他们体谅我常年在外，允许我很少陪伴在他们身边。

感谢我的妻子，她一直宽容我的一切，并为我带来了一个健康的新生命。

感谢我的三位职业导师。

毛浩老师传授给我严谨的报道方法，李甬让我有了国际化的视野和讲究写作的习惯，牛文文先生帮助我真正理解了中国商业和企业家精神。

感谢亨通堂的创始人陆新之和磨铁图书的刘杰辉。

没有这两位和鼓励和鞭策，没有两家出版公司的各位编辑，这本书也许还无法问世。

感谢我曾经的战友，李岷、杨福、黄霁、鲁娜、叶南、张亮、余勇、李波、程苓峰、尹生、刘涛、周一、张凯峰、杜若洋等，怀念这十年中在《中国经营报》、《中国青年报》、《环球企业家》、《中国企业家》和《创业家》一起战斗的日子。

感谢我的朋友们，方军、仲伟志、李翔、张鹏、吴茂林、魏寒枫、李黎、赖尹茹、王延礪、仇勇、王建君、李鹏、程刚、杜洋等各位同道中人，没有你们的力挺和棒喝，我恐怕还在执迷中。

感谢所有为我的采访提供过支持和帮助的商界朋友，实在是有太多的人需要感谢，恕我无法一一谢过。

最后，感谢所有的读者，希望这本书提出的各种问题能够对您有所帮助！

申音

<<商业的常识>>

媒体关注与评论

我相信，这本书对所有创业者，所有服务于创业的朋友都是有帮助的。

——李开复这本书凝结了申音对当今商业诸多现象的见解，引人思考。

——柳传志你可以看到他对创新商业的观察已经完成了从西方模式到本土总结的提升和跨越。

——牛文文独特的视角诠释商业模式，极具穿透力，让人不忍释卷。

建议创业者以及创业服务者都去看看，会对创业项目有深入的理解。

——中国科技创业计划大赛中国隐秘的商业逻辑是什么？

在国内这种“水很深”的地方做生意，你最好备点《商业的常识》。

——职场秀读过申音的书《商业的常识》，发现自己之前没什么常识。

——创业者公社在《商业的常识》这本书中，他提到了这样一个有趣的现象：那些学成后兴冲冲地归国，打算携西方先进商业理念和成功模式大干一场的创业者，除了李彦宏、张朝阳等寥寥数家成功者外，绝大部分都失败了，败给了没有留过洋的“土鳖”企业家，而成功的这几位创业者，其战果也是在“更懂中国”的理念下取得的。

——郭志刚 来源：经济参考网与其说是商业的常识，不如说是商业的谬误。

上述种种反常识之处，并非出于互联网的特性，而是由于互联网并非空中楼阁，其业态不可能脱离社会现实凭空运行。

本书一目了然地揭露了断裂的现实。

——花落去 来源：《新京报》

<<商业的常识>>

编辑推荐

《商业的常识(修订版)》编辑推荐：为什么美国没有史玉柱，中国没有乔布斯？

《创业家》杂志联合创始人、@蛮子文摘主编申音老师创业后再回首，十年磨一剑，解读当下中国商业现象及其本质，诠释商业丛林的生存真法则。

李开复、牛文文为之作序，柳传志、薛蛮子、沈南鹏、季琦、周鸿祎、刘东华、雷军等领袖人物鼎力推荐。

上千个商业案例的成败总结，探寻一百家成长型企业的增长基因！

提醒你在中国做事要注意：哪些底线必须守！

哪些事情不能做！

<<商业的常识>>

名人推荐

《商业的常识》是最近半年我看过的最好商业类经济类图书，作者通过深入剖析大量的案例，为我们揭示了当今中国的商业现象及其本质。

作者文笔极佳，视角独特，思想深邃，看了他的很多论述，常常感觉豁然开朗，受益良多。

鼎力推荐。

好书！

——出版人莫违昨晚看了《商业的常识》，感觉真是受益匪浅，同时也是非常感慨。

中国繁荣的商业背后，竟然黑暗原力暗涌。

——年轻就要不平凡花了一个月时间，终于把申音老师的《商业的常识》看完了，总体感觉这是一本厚重的书，真实记录了中国的商业和社会，涉及的面很广，时间跨度长，而且作者还提供了自己的独到思考和总结。

——WeMarketing今天出门，顺手抓了一本大S买的《商业的常识》上路。

开篇平淡，但越看越对胃口，竟一口气读了半本，很有建设性，确实是一本值得研读的好书！

——noodlefree申老师《商业的常识》一书真的很不错，很多灰色的问题都给揭示了。

——fairy倾城之恋

<<商业的常识>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>