

## 推荐序

在风险资本的“补贴”下，互联网产品能够以免费的模式迅速积累起大量的用户即“羊毛出在猪身上”策略——免费提供搜索服务，却向广告客户收钱；免费提供硬件，却从软件服务收钱；免费提供开网店服务，却从推广赚钱；免费提供安全服务，却从贩卖流量赚钱；免费提供社交服务，却从游戏收钱。

本质是争夺用户，在PC时代形成最宝贵的流量，在移动时代获取最宝贵的时间，最终为用户创造价值。

## 引言

互联网掀起的是一场社会生活的革命

商业模式是建立在社会生活模式的基础上的。社会交往方式变了，经济交换方式也必然随之改变。

吴晓波认为，制造业将会由原来依靠成本优势大规模制造的模式转变成“专业化公司+信息化改造+小制造”的模式。在10年之内，会有50%~60%的中国传统制造业企业迈不过这个坎儿，惨遭淘汰。

## 第一章 2013，中国商业史的新分水岭

2013年，新技术层出不穷，互联网形态的重心，已正式从PC互联网移到了移动互联网，可穿戴式设备也开始萌芽。

为了获得移动互联网的“船票”，阿里巴巴收购了高德导航，百度收购了91助手，腾讯收购了大众点评（腾讯的另一张船票是微信）

互联网减法：互联网对商业的降维打击

互联网加法：互联网对商业的升维打击

阿里巴巴给金融业做减法：余额宝

银行存款规模以日均千亿之级别迅速萎缩，银行为了吸储，用“协议存款”的方式把钱从阿里巴巴手上借回来。协议存款，就是利息要商量着来。

余额宝重新构建了资金流的商业价值链，带着储户公然地、合法地“抢银行”，这就是互联网金融的威力。

小米对电视产业做减法：小米电视

京东对零售业做减法