互联网思维

什么是互联网？

互联网（英语：Internet），又称网际网路，或音译因特网、英特网，是网络与网络之间所串连成的庞大网络，这些网络以一组通用的协议相连，形成逻辑上的单一巨大国际网络。这种将计算机网络互相联接在一起的方法可称作“网络互联”，在这基础上发展出覆盖全世界的全球性互联网络称互联网，即是互相连接一起的网络结构。互联网并不等同万维网，万维网只是一建基于超文本相互链接而成的全球性系统，且是网互联所能提供的服务其中之一。（<http://zh.wikipedia.org/zh/%E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91>）

互联网是一个平台。以用户位中心的平台。一个用于用户交流、分享，为用户提供服务的平台。是一张巨大的网，每个用户都是网上的一个节点，可以接收信息也可以发送信息，用于信息的传递。而产品则是平台聚拢用户的直接载体（譬如微信，qq，淘宝，京东，微博等等）。用户和产品便是互联网平台的两个基本要素。

什么思维

思维或思想是人脑对现实事物间接、概括的加工形式，以内隐或外隐的语言或动作表现出来。思维是由复杂的脑机制所赋予的。思维对客观的关系、联系进行着多层加工，揭露事物内在的、本质的特征，是认识的高级形式。

思维由生命进化而产生。物质的化学反应构建生命，生命在生存过程中进化出意识、思维。

思维的本质是对语言文字的运用。物为实，思为虚，思命物以虚名，为思所用，人才能思考，或者说有名方能思；无名，则实无所指，思无所用，也就无法转换成言语来表述。

思维是人的特質之一。在人工智慧領域的图灵测试就是判斷機器是否能夠思考的著名試驗。（<http://zh.wikipedia.org/zh/%E6%80%9D%E6%83%B3>）

什么互联网思维

互联网思维便是利用互联网平台去思维做事情的一种思考方式。主要围绕这三个问题：用户，产品和价值。三者之间存在一个相互作用的关系。依靠产品聚拢用户，依靠用户创造价值，根据用户改善产品。

由此衍生出一系列的价值创造的问题，解决这些问题的思考方式便称之为互联网思维。

1. 做一款什么样的产品，提供什么样的服务？定位用户群。用户群是否有持续增长的空间以及是否会衍生出新的需求服务？
2. 用什么手段推广产品吸引用户？
3. 获得价值的手段？

故此有了以用户参与分享为主题的产品——豆瓣、知乎。

定位于90后女生购物分享平台——蘑菇街。

定位于大学生找工作——海投网、大街网。

迭代更新产品，提高用户体验，提供新的服务从而保持现有用户，吸引潜在用户。利用大数据、云计算手段挖掘用户潜在需求，提高用户体验。

免费使用，额外收费的经营模式。赚取第三方广告费用等等。

总结

互联网思维就是一种围绕着产品、用户和价值三者问题的解决问题的思维。