

Facebook和Google之争，从本质上反映出两种整合信息方式的区别。Google是一家信息处理公司，擅长于用算法处理信息，这让它在搜索以及后来人工智能领域执牛耳。

Facebook是一家通信公司，善于理解人们沟通中的需求，因此它实际上是靠人的关系整理信息。Facebook里的点赞功能（Like）和跟随功能，实际上是用户意见的反映，以及用户对那些他们认为可信赖的人的追随。信息既可以通过算法选取，通过算法过滤，也可以通过用户投票选取，通过那些我们信得过的人推荐而过滤。很多时候算法不能解决问题，社交网络的作用就体现出来了。

类似地，中国的百度是一个信息处理公司，腾讯是一个通信公司，双方都想侵入对方的领地，但是都没有相应的基因。于是楚河汉界就这么划定了。

亚马逊和Facebook之争，从本质上讲，反映出两种商业模式的区别，即**优先企业级客户和优先个人用户**。按照中国IT行业的俗语，就是2B和2C之争。亚马逊从一开始就为商机提供服务，有所谓2B的基因，而Facebook一开始就为个人服务，有2C的基因。最终大家找到了各自的边界。近年来虽然这些公司之间的竞争依然存在，但是基本上都是在自己的地盘上发展。

总结一下今天的内容：

1. 商业最高的境界是像太史公在《货殖列传》中说的，“善者因之，其次顺之”，关于这些内容大家可以阅读我的《见识》一书。Facebook就做到了“因之”。

2. 每家优秀的公司都必须有明确的基因，守住自己的基本盘。今天世界上市值最大的五家公司都是如此。同理，优秀的人也需要具有特有的绝活。

3. 今天我们很多业务，本质上都是围绕着整理和处理信息展开的，把握住一条，就把握了时代产业的脉络。

明天是加餐，我会给你一些惊喜！

祝近安

吴军

2018年8月22日

吴军的谷歌方法论

给你一份，智能时代的行动指南

[戳此查看](#)



吴军
计算机科学家