

# 《平臺戰爭》

## 图书基本信息

书名：《平臺戰爭》

13位ISBN编号：9789868858909

10位ISBN编号：9868858909

出版时间：2012-8-8

出版社：達人文創

作者：王暘

页数：304

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《平臺戰爭》

## 內容概要

平臺是好東西，這一點是眾人皆知的。但平臺是什麼？如何打造平臺？這兩個問題看似簡單，卻是連世界上最成功的公司都難以回答的。微軟是世界上最成功的軟體企業，也打造了一個歷史以來最成功的平臺，現在卻面臨著喪失生存空間的可能性。可見平臺的世界，遠比一般所理解的複雜。

時代永遠都是在變化的，科技永遠都是在前進的。如果我們套用一句林肯總統的名言，我們可以說，沒有一個平臺能夠永久性的佔有所有人。即使成功的平臺成功的壟斷一個市場，日後都還會有崛起的新興市場，而這一原被壟斷的角落將逐步變小、乃至消亡。平臺本身的特性就是註定了其必須不斷求新求變才能順應時代。平臺的世界，也是戰爭的世界。

21世紀的特徵是百花齊放。我們很難想像在未來所有人會在和數十年前一樣，一起過著相同的日子。生產力的提升和物質生活的極大豐富，意味著人們的生活也被不斷細化，而不同的需求將由不同的平臺來滿足。在這種情況下，平臺的未來將變得更加不可測，而平臺之間的競爭也將變得更加激烈。對於所有人來說，這既是一個挑戰，也是一個機遇。

隨著時間的齒輪，我們勢必會看到一個又一個全新平臺的出現。對於尚未成功的人們來說，這意味著一飛沖天的可能性。對於微軟等已經成功的平臺來說，這意味著挑戰。未來之路究竟如何走將是我們所有的人共同決定的，那些能夠為用戶提供最大價值的平臺永遠將是最終的勝利者。

# 《平臺戰爭》

## 作者簡介

王暘

筆名莊常飛，80後雜家，源於山東，生於北京，長於加州。畢業於加州大學聖地牙哥分校，師從Hallin、Horwitz等教授，精研第三世界國家現狀、法律、經濟。最不喜旅遊，卻居無定所。善於融會貫通，拙於原創冥想，故喜引經據典，各種理論皆是源泉。出版著作《匯率戰爭》、《經濟的邏輯》及譯文多部，專欄散見全國各大報刊。

## 書籍目錄

### 一、平臺的結構：烏龜疊烏龜

平臺的發展和態勢和印度關於世界結構的神話相同。在這個神話中，世界是建立在一隻烏龜的殼上的，而這隻烏龜的下面則是另一隻烏龜，另一隻烏龜的下面又有烏龜，直至永恆。平臺的世界也是如此，臉書網站下面是Google，Google下面是微軟，微軟下面則是IBM，如此類推，平臺構造的訣竅亦在於此。

### 二、有容乃大：是平台不是工具

有了應用商店之後，Iphone徹底完成了脫胎換骨。Iphone不僅僅是一款智慧手機，它還是一個醫療工具、音樂器材、教育書籍，數以千計的程式還為其提供了其他各種各樣用途的平臺。任何一款應用本身足以影響整個手機行業、甚至整個社會。

### 三、平臺的基本素養：生而不平等

並不是所有的產品都可以成為平臺。MessengerPad和Ipad雖然同為蘋果打造的「Pad」，但人們的接受程度卻一個天上、一個地下，這完全取決於時代的背景和市場的定位。也就是說，顧客的真實需求不是一件產品，而是產品背後能夠實現的功能。

### 四、平臺的變遷：永遠移動的大陸

技術創新被分為「持續性創新」和「破壞性創新」。前者可以稱為「量變」，指的是目前產品性能不斷提高的創新，這樣的創新是在滿足消費者的需求基礎上出現的；破壞性創新則是革命性的「質變」，這種創新對原有技術和公司的經營模式起到破壞作用時，就出現「皇帝輪流做、明年到我家」的狀況。

### 五、不變的終端平臺：內容為王

科技的進步使得內容製作和傳播的成本都大幅下降，也使得更多的人可以參與到這一過程中。在社交時代，對於大多數人來說，他們的努力註定將是以失敗而告終的，但有小部分人可能會因為自己作品莫名其妙的走紅而名利雙收。這種可能性使得很多人願意無償去生產內容。

### 六、平臺的對策：未知的未來

新技術層出不窮，但沒有人能夠知道，到底哪一種技術會得到人們的青睞。實際上，很多研究都顯示，我們唯一能夠確定的一點就是：專家的預測永遠都是錯的。

### 七、開放和禁閉的平臺：百花齊放 vs. 一枝獨秀

任何平臺都有著同樣的矛盾特性。封閉性增加了整個系統的可控性、互補性、和盈利的可能性，並且可以提升產品的品質，但其犧牲了開放體系海納百川的相容性、多元性以及更為廣闊的網路效應。然而，如果一味開放也是錯誤的選擇，因為開放的體系缺乏一致性和盈利的可能性。

### 八、平臺的興衰：隨著時代起伏

從現在來看，手機、平板電腦等移動器材將是未來的趨勢，取代個人電腦這一過去30年的霸主。如果這一趨勢真的實現，那麼Google和Facebook都將隨著個人電腦的衰敗而被取代。

### 九、平臺的泡沫：六度空間的破滅

對於六度空間理論的神話是一個典型誇大事實的案例。對社交網路並非沒有意義，但我們必須提前意識到薄弱關係和親密關係之間的區別，才能妥善的去利用社交網路這一工具。不然的話，我們所獲得的只能是又一次泡沫和又一次失望。

### 十、如何利用平台：從善如流

在一個科技不斷發展的世界中，勝利者往往是最瞭解特性的人。正是因為這個原因，所以小公司才往往能夠以小博大，這些公司能夠獲勝，正是因為他們懂得如何利用時代的特性以四兩撥千斤。那些最聰明的公司不但能夠借勢，還能夠借勢打造自己獨有的小平臺。

### 十一、平臺的腳步：瞬息即逝

遊戲行業的競爭讓我們看到，未來競爭的速度只會越來越快，不確定性也會越來越大。怎麼才能避免這種風險呢？在網際網路這個看似充斥機會的大舞臺上，其實全球也只有Google、Facebook、亞馬遜、蘋果等寥寥可數的大綠洲。其他參與者要麼必須在這些綠洲上拼死格鬥，要麼就必須也成為獨立平臺。

### 十二、平臺的未來：雲端的世界

據統計，截至2011年，在美國矽谷已約有150餘家涉足雲端運算的企業。而在2012年，最熱門的創業企

## 《平臺戰爭》

業大多集中在雲端服務、社交網路和移動這三個方面。在分析師看來，雲端運算的發展符合未來「bizumer」們的需求。所謂Bizumer，是將business（商業）和consumer（消費者）結合在一起，指的是商業和個人消費的同質化。也就是在未來，雲端運算將使得工作和生活更為緊密的融合在一起。

結語：平臺的平臺

# 《平臺戰爭》

## 精彩短评

1、好！

# 《平臺戰爭》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)