

# 《商业的常识》

## 图书基本信息

书名：《商业的常识》

13位ISBN编号：9787807674030

10位ISBN编号：7807674032

出版时间：2011-7-1

出版社：山西经济出版社

作者：申音

页数：262

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)

# 《商业的常识》

## 内容概要

为什么美国没有史玉柱，中国没有乔布斯？  
什么是“对的行业”、“错的行业”？  
我们需要什么样的营销？  
老板为什么要读商学院？  
山寨公司还需要管理吗？  
资源问题是个“伪问题”？  
别把商业模式当成葵花宝典  
给海归技术创业兄弟的九个忠告  
在一个不伟大的行业里，做一个伟大的公司  
是什么让互联网遭遇了有史以来最鸡犬不宁的一战？

# 《商业的常识》

## 作者简介

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。

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

# 《商业的常识》

## 书籍目录

序言

商业的真问题 李开复

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

创新的园艺学

中国商业的黑暗原力

第二章 从零起步

船长

W和L

给海归技术创业兄弟的九个忠告

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

# 《商业的常识》

## 章节摘录

变脸Face Off 在我看来，乔布斯和史玉柱的人生经历就像是同一个剧本大纲拍出来的两部电影，只不过更换了导演和时空场景。 两人都是本国知识青年里的佼佼者，脑子好使还天不怕地不怕，早早投身高科技领域创业，并在三十岁左右时就达到了事业的第一次高峰。 1983年，年仅28岁的乔布斯登上了《时代》周刊的封面，他被看成是“个人电脑的真正发明者”。1992年，在一个国内十大城市万名青年的问卷调查中，史玉柱是“最受崇拜的青年人物”的第二名，第一名是比尔·盖茨。 两人都蔑视陈规、特立独行，带着点邪性的“范儿”，一个永远黑色套头衫配牛仔裤，而另一个则是光头红白运动衣。 他俩都有着与生俱来的商业敏感，是真正的跨界高手。乔布斯在PC、音乐、电影、手机等多个领域都证明了自己的能力，而史玉柱则在软件、房地产、保健品、金融投资、网游等战场纵横驰骋。 两人都是执著的完美主义者，能把一个产品做得惊天地泣鬼神。卖了10年的脑白金仍是中国最畅销的保健品，而iPod则占据了数字音乐播放器市场的70%。此外，两人还都是洞悉人性的营销天才，只不过一个靠发掘人性的美好赚钱，而另一个利用人性的弱点来抢金。 或许是因为成功来得太过迅速，他们先后导演了自毁式的高速坠落，幡然醒悟之后，又表现出惊人的自我纠错能力，并重新勾画出一条不断向上的弧线。 曾经有那么一段时间，史玉柱看起来就要成为中国的“乔布斯”了。从1989年起，他每年都要推出一款自主开发的产品，从M-6401桌面排版软件、M-6402文字处理软件到巨人汉卡，再到巨人中文手写电脑、巨人财务软件等。巨人飞快地成长为一个年产值10亿、利润数千万人民币的高科技集团公司，其年度销售商大会更成为全国规模最大的电脑盛会。 .....

## 精彩短评

- 1、 为什么美国没有史玉柱，中国没有乔布斯？  
什么是“对的行业”、“错的行业”？  
我们需要什么样的营销？  
老板为什么要读商学院？  
山寨公司还需要管理吗？  
资源问题是个“伪问题”？  
别把商业模式当成葵花宝典  
给海归技术创业兄弟的九个忠告  
在一个不伟大的行业里，做一个伟大的公司  
是什么让互联网遭遇了有史以来最鸡犬不宁的一战？
- 2、 看很多商业入门方面的书，要不就是很枯燥，要不就是离中国国情很远。  
此本能够结合中国国情，并参透其中的商业规则，同时指导作者创业，不失为一本好书。  
同时真心希望作者能够成为创业路上的新星！
- 3、 从创业的角度谈中国的商业特色，对中国商业的深层次问题认识深刻，一系列短文，可读性强。
- 4、 希望申音继续写下去,但做为商人的创造力不要因文体思维而困束!
- 5、 中国特色的商业环境
- 6、 2014.06.23 读完
- 7、 申音分析的很透彻，在中国需要从事商业运作的，都可以看下这本书，对你的启发一定不小。
- 8、 说明白了中国商业
- 9、 中国特色主义
- 10、 别人推荐来读，申音的大作，也就是知道谁推荐了。普及型知识，多多益善。
- 11、 融资的常识
- 12、 媒体人写的创业书籍，太肤浅太混乱，就是不同时间段撰写的文章的堆积。为毛评价是一星到五星，而没有负星呢？有作家说，读错一本书，浪费的是读两本书的时间。
- 13、 书名中有“常识”两个字的作者往往是理想主义者，有通俗易懂但却独到的见解。
- 14、 商业的常识（李开复、牛文文作序，柳传志、薛蛮子、沈南鹏、季琦、周鸿祎、刘东华、雷军等力荐，中国最佳商业读本，创业必读！）
- 15、 越看越迷失，商业的常识其实是不要轻信任何常识。话说书名和内容不配
- 16、 有理想很重要，但不可理想主义#kindle读物#
- 17、 在我看来是一本好书，书中将人们最容易忽略的常识，华丽的推到了前台，将人们潜意识中对商业的认识更将清晰化了。当然，书中的内容也有很多深刻的东西，但并没有让冗长的经济学条框所牵绊，更多是让创业者去品读的心经，书中最后，作者也勇敢的迈出了自己创业的第一步，希望他成功。
- 18、 适合快速阅读。个别案例比较吸引人。
- 19、 《商业的常识》一书由申音老师几年来的思考、随笔、采访组成，按主题分类。第一章通过几个案例，勾画了当今中国商业的现实：跟随者、短视者；背后的直接原因似乎在于那只“看得见的手”，于是在中国创业也许需要注意一些特殊的常识。第二章告诉我们几个道理：创业者是稀有的，海归是容易水土不服的，成功是偶然的，所以活得越久，越容易成功。第三章探讨了所谓的商业模式，包括对“免费”的思考。我喜欢商业模式是运动的观点，你现在想到的商业模式未必是将来的商业模式，将来成功的商业模式也需要适应环境的变化。第四章，研究了创业者和投资人的关系，没有完美的VC，但学习识别一些明显“坏”VC的方法和保持公司的控制权是必要的。总之，创业者和投资人之间在融资时是平等的，运营时则是主辅关系。第五章先质疑了一些可疑的成功，指出有些机会是撞上的而不是抓到的，“一只烂钟每天也总能赶上两次准点的时候”，这些企业很容易由此产生幻觉，接下来一系列错误的决定就出现了；同时书中又以谭木匠和谷歌为例强调了价值观的重要性，最后给出作者认同的成熟公司的五个标志。第六章、第七章以及附录是作者的随笔、采访和访谈记录，内容独立，可免费阅读。 以上的内容我相信自己很快就会忘记。以中国人的第一人称看完此书，自己心中会有一些悲壮，无奈的情绪，于是便有了文章开头的歌谣。在那个年代，把马路边捡到的一分

## 《商业的常识》

钱交到警察叔叔里是一种常识。可今天再唱这首歌谣时，总会有人投来可笑或不屑的眼神。是常识变了吗？还是我们过去一直在反常识。常识是个中性词，指的是众人皆知的一般知识。一般来说没有褒义之分，但在一些不同的语境会有所差别。如何区分？我认为应抛开自我，用普世价值，用我们的初心去判断。比如上面那首歌谣所描述的常识，我认为是褒义的，因为拾金不昧、交公处理、礼貌对话是人类都认同的美好品德，也更是我们初心所追求的；而那些认之可笑、不屑之人是被另一种常识混淆了；另一种常识是什么，是违背常识和初心却现实存在的，通俗的说就是“潜规则”。我们向往美好的常识，而本能的对“潜规则”有一种抵触情绪，当我们遇到的“潜规则”过多时，可能会蒙蔽自己，错误地把一切常识都当做“潜规则”，这是不对的。同样，此书中的常识有中性的，美好的，也有“潜规则”，无论是对于创业者还是普通人，分清这个差别是很必要的。因为我相信一条常识：一切事物永远向好的方向发展。你现在所面对的潜规则会逐渐被中性的常识所替代，中性的常识会逐渐演变为美好的常识，认清这种趋势对自身的行为和决策很重要。在这种认知之上，你不必刻意凌然大义去改变世界，但最后你会发现你真的改变了世界，这就是那条常识的作用。我想，带着这条常识再读此书，也许会有不一样的感受吧。

20、一会就看完的口水书。。。

21、申音同学的书也不错，这本书很便宜，性价比高，最初买的时候拿给我们领导看了看，他说不错，我自己又认真读了一遍，都是些随笔性的文章，但是很深刻地阐述了商业常识，特别是创新意识

22、文字表达，故事描述还是很好的。果然是媒体人。这本书主要讲三个事情。中国商业现实如何（有可能会变），如何创业成功（看了书也没有，冒险，实践，塔勒布那套），看看也挺好。但也就看看别太care。消遣读物。

23、理论没有论证，都是感受。

24、不知所云，估计是拼凑之作。勿浪费时间。

25、这本书对于创业者而言，研究失败远比研究成功更加靠谱，研究成功者如何捱到好运降临远比记住一个激动人心的故事更有价值！我的同桌喜欢经济。

26、本书深度剖析了中国的商业模式，深度解说了中国商业人得思维模式与国外的区别，深度对比了国内国外的创业家的思维的不同，国家体制的不同，造就了不同层次的创业家

27、成书的逻辑顺序有些混乱，没有一个整体的中心思想。有些内容不太认同，部分观点有启发性。

28、全书看完，天天想着看，对想多了解商业及创业的人来说最好不过，对做管理社会经济爱好者也是很不错的，跟社会紧紧相扣，很多流行的现成例子分析解剖，好多新的观点，另人耳目一新，真的从中学到不少，感慨良多。

29、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，他能始终从创新的角度来观察这个商业世界，具有这种气质的商业财经媒体人其实少之又少。

30、拿到书的时候觉得书有点旧，有划痕，而且扉页还皱了，可能是别人或书店退回来的。

可是，当我看了一个小结就原谅了这些，因为内容真的很吸引我，很棒的一本书，可以看出作者对中国乃至世界的商业模式、规律和环境都有深入研究，在这本书中进行举例总结、分析。很适合对商业感兴趣的人。封面设计也很棒；至于有点旧，可以原谅了。

31、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。《商业的常识》不仅是常识。

32、都是些只言片语的文章，一般般吧。

33、现在都知道写通俗的畅销书的手法了。都是跟吴晓波的激荡三十年学的，以历史演义的春秋笔法写商业。还是无法跟蓝血十杰，群星闪耀时这样的好书有差距。

34、速读

35、一个渴望和标榜成功的商业年代，了解商业的常识，一本好书。

36、觉得超赞！

37、一本揭开关在中国进行商业行为的所须认知的商业常识，作者敏锐专业的眼光，多年对在中国本土企业和外资、合资企业的观察分析的沉淀，改革开放30年，总有那么一群人经历大浪淘沙，为中

## 《商业的常识》

国商业贡献智慧，为创业指点迷津。“常识”二字是多么珍贵难得。

38、书从青番茄上借的。是新出来的书。

整体还是有不少收货的，主要是一些企业的内部信息，对互联网创业的人来说多了一份借鉴。

整体上作者是对政府管制过多是有不少不满的，应该是反应了企业家的态度。

确实，互联网本来是比较干净的地方，现在也越来越被关注的地方。

有点不舒服，最近一些客户的网站原来的备案号被注销，要重新备案。

太繁，而且有多大的意思呢？

想去年抓紧的时候，这些域名都是通过网上的备案专业户每个域名100元甚至30元备案的，备案速度很快，基本上是两天就能备好，而且几乎什么资料都不要，全部作假都可以。

现在其中的一部分被废掉，也在预料之中。

为何普世商业价值在中国行不通？

我来回答的吧：因为中国特色吧

39、对于正在创业，准备创业，对创业有兴趣的朋友，此书值得一读，对当今中国和世界互联网的剖析很深，见解独到，而且字字见血，敢于还原事情的真相，是一本好的商业类书籍！

40、境况总是在慢慢变好的。

41、里面举的例子没有一个是艰深难懂的，但其中蕴含的道理作者不说，只怕没几个人想得到。很喜欢作者这种见微知著、敏锐、客观又犀利的风格。看完这本书受益匪浅，感叹作者的伟大的同时，却又不得不叹息。也许在中国的商业社会，就是要这样不同于普世价值的“常识”吧。加上本书脱口秀似的文风，看书的时候我乐过n次。

42、都看完这本书好久了，一直没有评论 很喜欢营销学 这本书算是我的入门书了 让我初步地认识了这门学科和这个行业 很感谢前辈们的作品 使我们可以站在巨人的肩膀上 看得更高 更远 走得更坚实正确

这本是申音的作品，很不错，让我开始迷恋商业 呵呵

43、书的题目就很有趣，&lt;商业的常识-为什么普世价值在中国行不通&gt;，这样的副标题本身就很有趣。普世价值在中国不管用了？那这算常识吗？

但这正是作者本书想要透露的一个观点--在中国，有着浓厚中国特色的经济体制下，唯一的常识就是就是不要用国外商学院大师们总结出来的商业常识思考问题，在中国，反叛，创新，不循规蹈矩，打破僵硬的固有模式，才是创业成功的基本常识。这是作者作为一个商业记者，在经过十年的观察后总结出来的。

虽然书中的收录文章大多都是作者在前几年发表的，但是文中的许多观点和看法，在今天都开始得到印证，作者几年前对中国商业文化的许多思考，如今都成了社会热点和社会课题。

不得不说，作者的视野开阔，而且眼光探寻之长远，非一般人所能及。

有趣的是，书中收录了一篇作者210写的关于未来的10条预言，其中两条，在最近都被证实了，1.百度的盈利模式会再次为其引来非议2.京东淘宝两者必有一战

作者在经过多年的观察后，终于决定自己也下海创业。可是身在潮流中的作者，还能保持当记者时的敏锐和冷静吗？还能写出如此有分量的文章吗？我很期待。

44、虽然里面内容是精选了作者从业历年的一些采访记录，并配有此书出版前的一些最新评论。可以说没有特别闪亮的观点。但其总结了若干商业精英在不同阶段接受采访时的反应和心态，在今天看来也颇值得品味。特别是像我们这些80年左右的生人，伴随改革开放的脚步对来海外的信息大量的吸收，反而对中国历史和文化缺乏了理解。

而正确的理解本国国情与文化是每个商人的必修课，我推荐所有现在准备创业的人看看此书！

45、有洞察，较好的商业评论文章，但现在已多失去时效性

46、一个国家的竞争力来自多方面，但竞争力永远离不开人的因素。因此，从对人的研究入手更能准确探寻到事物的本质。中国人从重文轻商到今天某些人的拜金主义，西方社会的商业发展模式在中国却四处碰壁。作者以实例结合理论，用十分生活化的预言道出个中原因。

47、写得挺不错的，符合中国国情的一部商业书，从书中可以了解到为什么世界500强在国内会失败的原因，可以明白中国的商业环境跟世界有很大的不同，如果要商业能在这片土地上开花结果就要明白这片土壤的情况！

48、本书是作者在工作中对商业认识的积累，将中国的商业与美国成熟的商业进行对比，十分耐人寻味。而且，对于一些昙花一现的商业奇迹做了较为深刻的探寻，这对我们了解中国创业的弱项十分有



益

49、文字和内容一样很有中国特色，算是对当今（12年及以前）的中国商业社会的一次临摹，商业常识普及

50、作为资深媒体人，文笔流畅性还是有的，各种观点不算新颖，但不乏闪光点。

51、看了一些评论类的合集，发现有点在微信上看文的感觉，乍看觉得一篇篇都有内容，首尾连贯，有理论有举例有幽默句，但看完了散散的，并不能记住。还是系统的完整书籍有学习价值。

52、作者发表的文章合编的一本书，观点还是蛮吸引人的，值得一看。

53、前几天才看完，申音的书写得非常棒，使我们明白在中国这个市场经济环境下看似可能有看似不可能的成功与失败案例，分析深刻，他教会我们不要被表面的现象迷惑，然我们对于当今社会一些商业活动看得更深刻。让我们跳出了人们对于一件事情（商业行为）通常认为的常规理解。就像书中说明的一点“中国真正的市场在哪里，不是北京上海的几百万白领，是10亿金字塔基的消费者”（见书中58页）。大爱

54、我是一名在校大学生，我的专业是国际经济与贸易。平时学到的经济学的理论知识都是一些经典的很陈旧的理论，对当下国内及国际经济发展现状知之甚少。看完了申音的书学到了很多商业知识，文中重点介绍了中国特有的经济模式，有自己的特色，也有些无奈。这让我想到了吴晓波的两部大作《大败局》和《激荡三十年》。中国的，太中国了。对创业者，对VC，对商业模式，对企业家都有深刻的见解，也敢于说真话。由于自己阅历及知识方面不足，对书中有些经济现象理解还不够深刻，以后体会会更深吧。希望申音新的事业能够顺利，同时也期待他的下一部大作。

55、感觉有点虎头蛇尾

56、书名起的太大了，有点对不起内容。也值得一读

57、环境，基础设施，文化，商业，管理，业务，方向

58、其实会觉得对于公司的现状有一些思考，也明白一些道理，所谓常识可能也正是往往人们容易忘记的地方。所以“不要因为走得太远，而忘记为什么要出发”

59、案例说明问题，知道的坑越多踩的坑就会相对少吧，挺好的！

60、作者亲历了诸多创业故事和VC及PE等的内幕，将中国创业者的成败心酸，以及社会商业运营的基本规律，娓娓道来。大海航行于海面，海面看似哪里都一样，但是航线的选择，则必然是基于对海底的复杂情况识别。如果想创造辉煌的未来，必须了解平面下的惊涛，明晰中国的商业常识。

61、看完这部书了，很有感触，也受益良多。作者不仅是个善于思考的人，而且文笔也很好，书中很多章节的内容都很有思辨性，能透过现象认识本质，有些设问很是一针见血，能很好地引起读者的共鸣和思考，这个现在在财经类作品中不多见了。

为什么普世的商业价值在中国行不通？为什么美国没有史玉柱，中国没有乔布斯？为什么eBay会败给后起之秀的淘宝？为什么Google在中国行不通？……作者提出了一连串的问题，却没有标准的答案，每个人心中也有不同的结论，而作者留给每个读者的却是一种拨动大脑思辨琴弦的袅袅余音……

过去十年，网络已经逐渐地改变着我们的生活方式，或许实体经济的变化不算很大（除了通胀之后的一地鸡毛），未来十年，我们这个世界又将以怎样的方式呈现在我们眼前？下一个机遇是什么？我们又将以什么样的方式创造自己人生的轨迹？看完这本书，答案或许会在你眼前若隐若现。

62、讲的都是著名案例，作者确实见多识广。对商业也有自己的独到见解。确实讲出来一些中国特色

63、从作者的年龄阅历来看，写这本书的“履历厚度”不为牵强

书中观点明晰，例举丰富。能察觉作者的见多识广、十足的社会知道家

中国总能以最简单的道理，最复杂的内在，叫人纠结、迷乱

讲起中国——做人、做事总是缠绵不清。

是丰富、是无知。

本书虽是作者近几年著作的合成版，但案例还依稀在心，此书也较系统的陈列出了中国式的商业背景和特性。不失为摸着石头过河、找寻出路的朋友们，一本认知中国商业的一本好书。

书中列举了很多案例，读来的目的是用来进步的，不是“近墨者黑的”。

64、读者可以从作者引用的数千案例的观察中看到，当海归们怀着满腔热情回国创业，开始模仿硅谷的创业模式，可却在中国碰得头破血流。一些经过百年时间被证明的工商业的“常识”在中国却有些水土不服，这是由中国的特殊国情决定的吗？还是中国有着自己的“商业的常识”？

65、这本书适合想创业的人们阅读，书中列举了很多现实案例，每个案例都讲述了不同的道理，这些

## 《商业的常识》

道理也许就是所谓的“商业常识”，这些常识未必每个人都知道，决定创业是需要勇气的，但只有勇气是不够的，哪怕是勇气可嘉也不行，具体操作起来还需要有很多专业的知识，这本《商业的常识》讲述的就是这样的一些经商领域里的专业知识，通过了解这些知识，你将在商场拼杀中，避免很多挫折。

66、要说本书是创业读本，有些夸张了，但本书却非常好的剖析了中国目前扭曲的经济结构和商业模式，可以给读者带来一些思考。

个人觉得以下问题确实值得我们思考，

制造为什么会面临的困境，高速增长的GDP和制造企业的寒冬是为什么。

究竟是全面超越的高科技，还是物廉价美的科技更适合市场，为什么要关注草根经济。

给创业者的九个忠告。

投资人和创业板的关系。

少一些愤青情节，多一些理性思考，要尊重个人选择和商业规律。

希望作者能再出好作品。

67、近日翻阅《商业的常识》.觉得颇受教益。仔细琢磨,可称之为商界之友。随着我国改革开放政策的贯彻执行,我国的经济体制逐步由高度集中的计划经济向有计划的商品经济过渡。商业在国民经济中的重要作用已经被越来越多的人所认识。可是“经商是一门学问”这个道理,却并不是所有的人都知道的。前一段时间,“工农商学兵,一齐来经商”,人们错误地把流通领域当作发财致富的源泉,结果是人为地增加了流通环节,使商品的价格扶摇直上,坑了国家、集体和消费者,却肥了少数“倒爷”;也有一些人在“经商大潮”的冲击下,在商品流通领域里瞎转悠,结果因不懂得商业规律而碰得头破血流,倾家荡产,商情的瞬息万变,也使一些曾经获得成功的商界骄子感到力不从心,难以驾驭。这一切使人们越来越清楚地感到:商业是科学。深感有对商业科学进行学习的必要。

68、申音作为一个冷眼旁观中国商界多年的媒体人,看尽商界沉浮变化,作为一个负责任的商业观察家,以负责任的态度写出了这本关于为何普世商业价值无法在中国得以实现的书。解剖普世价值就是解剖其中广义信用度下的信息对称度、狭义信用度、和谐度、信誉度等方面,比较普世价值就是比较这个广义信用度。中国商界会为全国乃至更广泛的世界做出这样的贡献嘛?

69、观点比较零碎,部分有所启发

70、书中是作者申音在几年内的商业评论汇总,让人受益匪浅。

书名《商业的常识》,非常朴实。不花哨,不哗众取宠。踏踏实实讲“常识”。

71、收到了华章经管重译的新书《门口的野蛮人》20周年版,几年前曾经看过该书的旧译,本以为新书无非纠错顺句之类的无所趣意,勿需费心阅读,略翻数页后,新译作对这场20年前事件的重绘和译者的用心,不得不让人正襟危坐,重新审视杠杆收购领域曾经最为辉煌的故事。

在这场充斥着欺骗、贪婪的杠杆收购中,华尔街玩家,就是书名要描述的哪些野蛮人们所代表的资本本性表露无疑,这些野蛮人所追求的只是快速的增值;而公司的管理层和创立者这些“公司人”的愿望是基业长青,他们为股东负责是公司真正的主人;不过,也有令人意外的时刻,在这场kkr主导的收购之战中,本来目标不同的两种人居然会在人类本身的贪欲下,成为一个潜在的共同体,一切源于,获得公司股权或者期权后,可以产生巨额的财富。

原因在于书中写道“首席执行官通过杠杆收购明白了2个道理:第一,积累巨额财富不是靠工资或者奖金,而是持有股权;第二,杠杆收购不是获得公司股权的唯一方式,股票期权也是。”

杠杆收购好坏的意义和价值确实难以判断。好的案例无非在于,收购方再次转手后,获得巨额的资本回报;而管理方通过持股或者“金色降落伞”等类似的制度安排,也能分得一杯羹。这似乎是所有利益相关方皆大欢喜的结局,而失败的案例没有人愿意去思考或者回忆。

华尔街是一个健忘的地方,在本次收购中的所罗门兄弟、高盛、摩根士丹利等投行,从来不会考虑公司长远的前途,而只是争论应得的手续费、咨询服务费等等华尔街的模式真正的价值可见一斑。

本书也是了解这些投资银行真正的商业模式到底是什么。

因此，重读新版译作，唯一不同的感受是，以前只是想通过一个案例了解杠杆收购的一个全貌，而现在更看重如何对企业进行估值和管理运营，并坚定的认为，这才是核心。这也是判断一次杠杆收购能否成功的真正关键，因此得到的体会很难说是更进一步，只是对事件过程中华尔街的资本理性认识更加清楚，规模越大，华尔街收取的服务费越多，而公司背上的负债越沉重，迟早有一天会压垮这个目标

所以我认为，这个故事最大的收获在于，当你了解了资本人或者公司人真正的需求和利益来源的时候，可能你更加能够准确的评估资产和公司的价值。特别有意思的是，书中记录了当时在评估公司的时候，收购方与巴菲特的一段对话，令人印象深刻，基本道出了投资的真谛。

巴菲特对这家烟草为主营业务公司的评价是，由于拥有稳定的现金流，是极好的收购标的，但是因为它是向用户兜售“癌症”这种死亡的门票，所以巴菲特本人没有兴趣。显然这是满足巴菲特认为好的标的的几个条件：有丰富而稳定的现金流；在烟草行业中有强大的定价权优势，也就是巴菲特常说的护城河；另外公司负债与长期国债利率的比较有优势。

其实几年前，巴菲特本人对于杠杆收购领域还有更为准确的评价。巴菲特认为，要避免从杠杆收购公司手中接收企业。因为，这些公司更关注的是退出策略。因为大多数杠杆收购公司对公司的运作，不是为了让企业真正具备持续的竞争优势，而仅仅是为了钱，这也正是野蛮人们的本质。

很多时候，杠杆收购所扮演的是公司杀手的角色。这些野蛮人，一般看重那些具有稳定现金流的企业，比如在公共事业领域或者消费领域，这些企业一般有隐蔽的、潜在低估的资产、或者更大的成本约束空间。

当发现这样的企业后，杠杆收购公司会去寻求企业管理层的协助，看是否能够更为准确的了解公司的潜力所在和提升估值的真实空间。如果管理层乐于合作，那么可以通过利益捆绑的方式成为共谋。如果管理层拒绝，那么久踢开这些人，强行收购公司并将管理层扫地出门。

这个时候，野蛮人们开始了他们所谓的管理。出售哪些之前看重的优质资产，换回现金偿还收购欠下的债务，赢得去多元化经营的美名。更换一些屠夫形的管理层，这些人大多数是外行，运用裁员、削减激励等措施，严格的控制成本。从而在债务负担减少，市场估值提升，或者经济周期良好时段，再次出售公司的股权获得暴利。

从杠杆收购公司的操作方法来看，基本上是在压榨一个公司的积累。他们就像吸血虫一样，吸干宿主的一切，宿主没有用的时候将其抛弃，寻找下一个目标。这样就不难理解，巴菲特为什么厌恶杠杆收购公司，也从来买有从这些人手里买过一家公司。

对于杠杆收购，没有那么高深，其实就是收购方使用一定的现金比例入股，辅以通过借贷或者发行有价证券筹集另外资金的方式获得标的物品的所有权，然后通过重组公司业务或者改善经营，挖掘出公司潜在的价值，从而获得更高的估值后，再出售相应的股权获得快速的高投资回报。

通过几十年的发展，以及80年代杠杆收购在华尔街的神话，杠杆收购许多成功化腐朽为神奇的案例，成为许多投行和公司高管的巨额财富来源之一。

但请不要认为，杠杆收购是多么高深的事情。就你我个人来讲，这样的事情天天发生在中国各地。个人房地产交易，其实就类似杠杆收购。个人通过部分首付，然后通过获得银行借贷，获得房屋所有权后，一方面开展租赁的经营，另外待房价抬升后，以更高的溢价出售房产以获得资本收益。华尔街刚刚收购这帮人干的就是这个工作，只是他们会用看起来更迷惑人的有价证券资产组合来描述，规

## 《商业的常识》

模更大而已，从而可以解决所谓的银行家或者投资银行家的各种贪婪需求。

72、商业入门读物，接地气

73、前面部分看起来浅显浮夸无内涵，越往后读越觉得精辟深刻道理真，很多预言到目前看来还真的——实现了，但是是凭着资深媒体人过早地掌握了行业动向还是真真正正货真价实的见微知著就有待商榷了，确实确实学到了好多东西，虽然自己也只是刚开始试着起步入门，赞一个

74、不论你是不是从事与商业有关的工作（其实现今社会不论从事任何工作都会与商业沾上边），都会让你学习一些商业的基本常识，而且是结合很多知名的商业实例为你展现中国近十年来商业发展历程和之后的发展趋势。内容浅显易懂，但又很好的剖视了社会主义市场经济下的商业现状和规律。本书特别适合那些有志创业或正在创业的人们！

75、介绍了基于中国基本国情的创业指导，商业模式等创业必备的东西，我很喜欢，现在已经在看第二遍了

76、文集，部分观点不错

77、中国的经典商业书籍，一个人的思想注定这个人的一生，在我小的时候，我是不认同这个观点的，因为，思想是无形的，怎么可能创造出财富呢，但慢慢的，在一些事情上的成功，我相信，那是对的。熟读此书，你将能够明白，成功取决于什么，祝你成功。

78、几年前的书，有些点评还是比较到位的，眼光比较独到

79、recommended by Alex Gao

80、书本从中国本土商业文化、人性的弱点探讨之前创业成功和失败的案例，每一个成功的企业都有其不同的故事，而要想取得创业成功，更要总结失败的案例，并从中获取教训，更不要迷恋所谓的商业模式。

81、中国最佳商业读本，创业必读，嘿嘿

82、引用书中“牛文文”先生的话：你看风景、风景中的人也在看你！这本书籍和别的传统的思想不一样，很新颖。例如，申音说的：一个人得成功与否、与道德观没有多大的关系。好比：乔布斯，世界最伟大的企业家之一，但是他却没有为慈善事业捐过一分钱。申音的批判也很有看点。很不错，值得大家购买！

83、在过去的十多年中，申音先生对中外上千家企业的成败案例均进行了解剖“麻雀”式的深入研究，乔布斯和史玉柱的对比只是其中的一个典型案例而已。在申音先生的眼中，找出中国企业成功的内在逻辑显然是一件极有意义的事情。经过三年的精心创作，这本书堪称他对本土创业家的研究之大成，我非常的喜欢

84、别傻了，就根本没有一个明亮的商业世界。

85、其实吸引我的不是书名本身，而是副标题“为何普世商业价值在中国行不通”。从小我们就被教导中国人聪明勤奋好学，可是长大了却发现我们不过是帮别人缝缝扣子安安拉链；创业者无数，成功者寥寥无几。我们的问题究竟出在哪里？作者申音冷眼观察商界多年，从众多商业实例中炼得精辟见解，并总结成册，引人深思。

86、还行，就是一个媒体人对行业的一些评论文章。作者还是有很多自己的见解的，值得一读，尤其是对于有创业想法的人。

文章都是以前的，有些观点都比较旧了，其实有些就是按事论事，有些观点有所偏差。

87、在创投行业混过后重读此书另有一番体验。本书系作者2010年之前的博客分主题选集。前半部分，对国内商业的丛林环境、创业的起步、商业模式以及国内VC的理解颇为独到和前瞻，就理解今日行业种种仍颇有启示。后半部分略水。

88、三又四分之三星，14年1月31日

89、商业的常识这本书看后对国内商业环境以及创业的一些问题有了一个大概的了解，我觉得是实用的，里面凝聚了作者的心血与智慧，赞赏！

90、生态

91、采用了不同一般的方式来说明中国的环境，商业中的本质，是一本好书，但并没有对商业的常识进行一个明确的定义，更多的是围绕这个环境来阐述，作者非常丰富的行业接触面，产生的观点，值得看

92、媒体人写产业的确实会比较浅

93、今天收到书，拿到后就看了半本，受益颇多。申音的文笔很犀利，眼光也很敏锐，读起来也非常

## 《商业的常识》

有趣，引发了我的很多思考。继小肥羊卖给“开封菜”母公司后，徐福记也要卖给“雀巢”了，越来越多的中国企业家变成了“弃业家”，为什么中国的企业会走到今天这一步田地？？很喜欢《商业的常识》里面的一个观点；如果乔布斯生在中国——一个传统意义上的“臣民社会”而非“公民社会”里，他的自大会惯坏他，人们会完全屈服于他的权威，听从他的指令，直到他最终把公司毁灭，就像牟其中、唐万新、孙宏斌这些人一样。像谷歌退出中国，像其他一些。。。环境影响一个人的一生，正是如此，我认为，中国企业的这些结局缘于我们的商业环境。就像一个本来不文明的人，到了米国就学会遵守红绿灯。也许正如申音所说，真正的商业天才，在任何环境下都有可能成功。

94、申音的文字很理性，又擅长讲故事，将本来枯燥的财经故事、创业故事讲得生动，易懂国内写商业文字的，最推荐申音，可以看《创业家》，是本好杂志

95、看的畅快淋漓，不过最喜欢的还是看作者最后的提问

96、从学术价值来看，本书的研究结论或将丰富与完善我国商业模式的发展，引导国内创业者看清国内商业环境、投资内幕。从实践应用来看，本书的研究结果对政府调控、企业决策、创业模式和消费者投资都将具有现实的指导意义。

97、书中提到的创新商业的十个可能，估计给不少人醍醐灌顶的灵感提示。也为有创业梦想的有识之士插上了飞翔的翅膀，在一望无际的商海的乘风破浪。

98、独立的篇章当故事看还行，当书看，还不如刷微博呢

99、有些观点还不错，整体像一篇篇经济评论，没有系统的讲述

100、副标题才是本书的主要内容，大致就是告诉读者这是个劣币驱逐良币的商业时代，虽然这是不对的，但也是一个无法更改的客观事实，这就是当下中国商业的常识。

101、旁观者清，申音老师的编辑生涯让他能从独特的角度分析当前的中国商业

- 1、这是《创业家》杂志的联合创始人申音写的一本书，申音在工作中接触了不少企业家，企业家经历的兴衰申音与他们一起感受过，并且分析成功的企业成功与失败企业失败的原因。没有太多冠冕堂皇的话，非常接地气。所以推荐朋友们阅读。
- 2、正如书名《商业的常识》，非常朴实。不花哨，不哗众取宠。请不要小看常识，中国缺的恰恰就是常识。中国有那么多砖家叫兽，可他们明白着就是颠倒是非扭曲常识。告诉我们商业社会中的常识是什么！告诉我们为何“为什么普世的价值观在中国行不通？”告诉我们中国社会根子里的黑与腐。
- 3、前段对于乔布斯和史玉柱的对比，个人认为非常精彩。难得有记者会对史玉柱这样级别的商人进行如此透彻、不加掩饰的剖析。读懂史玉柱的分析，可以读懂一部分中国。对于史玉柱，申音批评他利用人性的弱点兜售垃圾，在创新方面毫无建树。史玉柱最著名的产品，莫过于《脑白金》。这个东西真是彻头彻尾的废物。知乎上，有知友透露史玉柱的另一个摇钱树网络游戏《征途》，它同样是利用人性弱点（愤怒情绪、贪婪等等）来赚钱。从立场上来说，我猜测申音是自由主义者。他反对体制钳制，有反叛精神，犀利，坚持立场，有做事精神。比较好奇的是，对于柳传志，他现在持有什么看法。柳传志的联想公司，诞生于体制之内，也曾经依托体制生长，从代销干起，逐渐做出一间科技公司。这份能力，着实令人侧目。事实上，从书中关于柳传志的采访来看，申音对柳传志是非常敬重的。自从爆出在商言商言论之后，申音对这个前行者，会有什么看法呢？
- 4、我读到的第一本讲商业的书，说实话，有些迷糊。不仅是因为商业上各种名词概念，还有对于商业这块领域，之前真一点也没接触过，所以也无法引起“共鸣”。这本书说是常识，但却不是对商业名词及理论的介绍解说。因此，也许对商业有些了解的人来读才更能有所体会。以下是我读完后对商业的大体印象：商业是复杂的，光有创意和一腔热情是远远不够的，不能太过迷信商业模式，要尊重，成功模式很难复制，因为每人都是艺术品。选择投资人也是要讲究的。产品质量和用户体验才是硬道理。做事运气也很重要，恒心很关键。
- 5、这本书可以说是写的，分析的还比较有逻辑的一本书。从中国的山寨文化，到美国的创新精神，进行了整体案例分析分析了在中国改革中中小企业面临的问题，以及互联网公司发展的时候创业精神在企业中是多么重要。同时选择地区也颇为关键，北京，上海，均是人才聚集区，红海，深圳是创业精神聚集的地方离香港近。创业者的拼搏吸引了作者，同时在分析中强调了选择行业的重要，守候的重要，坚持的重要等
- 6、一个商业旁观者写的旁观笔记。。。有点意思，但意义不是很大啊。
- 7、坚持信念比坚持任何事情都重要，人生充满了各种PK，恒信者才能挺到最后。
  1. 不要参合人家家庭内部矛盾，尤其是皇家或是老板家的。当时可能举得是替老板分忧，过后可能替老板挨刀。
  2. 卑贱的出身跟天赋异禀没有矛盾，韩尚宫就是妓房小杂出身。可见做得出好菜的人不会是那些出身就尝遍美味的人。永远不要从一个人的出身来判断她的将来成就。但有个好父母，总归要少奋斗很多年。
  3. 勿有争强好胜之心，不要执着于赢，不跟人比出身长相一切先天的东西。
  4. 找一个好老师很重要，找到一个严格训练的老师更重要。真正的好老师不在于教你做什么，而是教你为什么这么做。师傅不在的时候，要敢于出头。机会只给那些有勇气担当的人，可以输，不可以临阵放弃。
  5. 不怕开口问人家，永远要了解你服务对象的需要，才能对症下药。了解买单者的性格喜好，尤其重要。除了公开的正式文告，一定要有非正式的消息来源和信息沟通渠道，以了解文告出台的背景目的。通话擦宫廷公司里最闲最不起眼的人也是消息最灵通的人。
  6. 迷信秘笈的人都是相信上一代人的才智要比这一代人强，中国人好像都这样。我们要成为写秘笈的人而不是背秘笈的人。
  7. 信守承诺，保守你这个社团的契约和秘密，在还没有鹤立鸡群的时候，免得被社团赶出去。勿存害人之心，不可无防人之意。跟坏人打交道，即便睡觉也不能随便讲梦话。
  8. 所谓“画出味道的才华”，即创意。真正的创意不在于凭空发明一个没有的东西，而是给现有的材料发明一个不一样的组合，比如白菜包馒头（韩国饺子）。
  9. 如果你在皇宫里或者公司里找不到问题的答案，常出去走走，触类旁通，看到花粉酒，想到味增酱。随时随地都可以学习，在云严寺可以学，在多栽轩亦可以学。
  10. 权利和头衔并不一定是对称的，所以老子说要“虚其名”。当大人物争执不下时，小人物的一句话也许就能起决定作用。几乎将郑尚宫PK掉的，是一个小小医官貌似专业的意见。所以，要善待小人物。
  11. 世间很少有真正不可能的事，只有自己没有发现的事罢了。比如四季都能吃的海鲜；真正的美味不存在于用最贵重材料的皇宫，而存在于自然中。一个管士能用阳光可以晒出的美味在皇宫是做不到的。
  12. 不怕做尝试。要永远保持

对新鲜事物的兴趣，也许它能帮你很大忙，比如蜂针。13. 超越PK，也就是超越胜负观。要竞争，就要选一个最强的对手，然后尊重她，向她学习。14. 越是关键时刻，越有可能出现意外。所以即使在一切御膳材料准备充足的时候，也要准备一个备份和一条看家犬。15. 人要顺着情势走，很多时候计划赶不上变化。所谓战略大多数不可靠。没有冬虫夏草，不做八卦汤就是。不知道鲸鱼肉不要紧，看它是不是像牛肉。先按最接近的方法试错。16. 每个地方都有政治都有人事，如果你让自己陷于此，你就自甘低级了。要有原则，不要随便妥协。17. 口头表达绝对是一门技巧，好的表达能给食物增色，最好的表达式推己及人，从自己的体验、自己的情感经历出发，长今同学能够从喂给死去母亲的野草莓，想到皇帝与天下子民的父母关系，赞！18. 掌握最高尚宫日志就是掌握话语权，然后可以把自己的冤屈写上面，让后面的人知道。所以，掌握一份媒体还是重要的，这就是为什么复星老板郭广昌要投资那么多媒体的原因，其实跟赚钱没有太大关系。但自个钢厂被停的时候，就有很多媒体帮忙喊冤了。19. 时间和诚意是最好的厨师，超过20年的调味酱和深埋在灶下的“伏龙肝”泥巴胜过山珍海味。每次吃食物的时候，都要先想起吃食物人的微笑。我们也要用诚心诚意做媒体，每篇文章出炉的时候，亦要想到读者的微笑。20. 别相信所谓得道多助、失道寡助，好人和坏人都是少数，大多数普通人只是看客和墙头草，他们“赌马”，他们可以被收买，谁赢了就给谁送柿子饼。21. 最困难的事是人的事。宫廷里人来人往，其实每个人都孤独寂寞，因为孤独寂寞才会有不安全感，所以才会有猜疑和嫉妒、才会有尔虞我诈，要体谅他们，同情他们。公司里也是如此。22. 最后一条，永远抱有希望，乐观主义，不要老看着眼前的苦难而低头。坚持信念比坚持任何事情都重要。人生充满了各种各样的PK，恒信者才能挺到最后。

8、李开复写的序言里的话还是有道理的，媒体人喜欢概念喜欢愿景，对数字和逻辑不敏感。耐着性子看了前100页，我只能说作者的视角太表面和浅显，除了对商业环境有些抱怨外几乎没有看到什么可称为观点的东西，失望。这个作者的书可以pass掉了，推荐《浪潮之巅》，可以看出作者的经历、智商、洞察力、抽象思维的能力完全不同

9、创业者是幸福的，但是也是痛苦的。幸福是因为要实现自己的理想，痛苦是因为创业使人承受太多的负担和苦难。申音作为一个商业旁观者写的旁观笔记，正是我们在创业过程中会遇到的一些问题。一些商业常识，也正是值得每一个创业者应该注意的问题。

10、1、从内容角度而言，这本书为一家之言，其关于对创业、投资、移动互联网、经济模式等十年来中国社会发展过程中商业有关部分的思考。2、从本书构架来说，为其十年来微博、博客或日常文章之积累，再编辑成书，总的来说，没有找到一条主线，或逻辑框架，所有文章也没有呈现时间序列的排序。3、从本人的收获或该书的价值而言，可以了解过去十年经济社会所发生重要事情的另一番解读或思考。至于客观否？真理否？有待考究。但总得来说，该书还行，需要读者带着辩证、疑惑、找碴的态度去阅读，并不断地反问，“是这样的吗？”“如果是我的话，又该如何处理？”

11、说起创业，我觉得创业者是幸福的，但是也是痛苦的。幸福是因为要实现自己的理想，痛苦是因为创业使人承受太多的负担和苦难。创业者和孕妇一样，不管什么原因怀孕，期待一个孩子的诞生的心情是复杂的，也是幸福的，只是创业者不知道自己的小孩什么时候可以诞生，什么时候长大，什么时候成人，什么时候成为一个财富而不是一个负债，这样的思想负担太大，所以说，创业者也是非常痛苦的。不管如何，可以创造和实践理想的人是最幸福的。创业过程和越狱过程的对比。

创业是条不归路（一日囚犯，终生囚犯）对于很多还没有创业的人来说，创业是实现一个美好梦想，一个理想和实现信念的开始。这些理想和电视剧越狱里面的很多的主角开始策划越狱时候的理想是非常相似的。创业的人和逃狱者其实很相似，大家都有一个梦想。有些人其实日子过得挺好的，也许是专业人士，有很好的收入，为了证明自己有更大的价值，开始创业，有些也许是一个无心创业的人，但是为了生活，被逼创业，有些也许为了证明自己给女朋友看，因此而创业，也有些一时头脑发热而走上了创业这个不归路，开始创业（进入监狱，开始炼狱）。创业总是孤独的（逃犯开始也是孤独的）创业是孤独的，开始的时候，你必须自己策划一切，以最坏的打算，最好的准备来策划这个过程。策划后你需要找人合作，拉人下水。于是就有了你的朋友，亲戚和笨蛋等等第一个信你的人，3F（Friends, family and fool）。于是，你的团队开始慢慢的壮大。这样的团队往往是最齐心的，也是最可以信任的。所以，你需要珍惜。创业需要资金和执行力（需要找有钱，有能力的人帮你）创业要成功，需要一个执行力很强的团队。更多的考验的是创业者的组织能力，你必须找各种所长的人来帮忙，比如能打的，能忽悠的，能和政府搞关系的，能蒙女人的，能煽动人心的等等。最重要的是，大家的目标必须很明确，逃出这个炼狱（企业进入良性循环，开始盈利），于是

，大家有了理想，有了希望，每个人都开始很卖力。这里大家可以看到，逃犯们是如何贿赂狱警的，如何采购器具的，如何色诱女医生的，如何和官员套关系的，如何铲除异己的等等情况。这个和创业非常相识。 创业需要精明的头脑和策划能力（随机应变，用有限的资源做无法想像的事情）

创业的成功与否最终比的是智商和策划能力。创业者的资源永远都是不够的。营运公司的瓶颈在每个时期，每个环节都会出现。但是逃犯的资源更加稀缺，基本的活动自由，谋生工具可能都没有。所以，创业者必须要搅尽脑汁想办法去用各种方法找到可以利用的资源，这里就是看我们的策划能力和执行力。 创业者需要勇于面对变化（凡事要有A计划，还要有B计划） 创业做生意，你必须拥抱变化。你要知道，什么事情都可能发生，事情发生的时候，必须冷静对待。要有相应的后备计划。

不要让自己处于被动的地位。在创业就要成功的时候，往往是最黑暗的时候，而且往往会在最后一刻会出现各种各样的问题，就如同越狱每集的末尾都会给Michael一个新的难题，创业者就是要不断给出解决方案solution，即使是很艰难的选择（甚至是牺牲一些利益，也必须接受） 创业者思维一切皆有可能（敢想，敢干，敢闯）

创业者面对的市场和环境和一个重兵包围的监狱非常相似。每个行业和环节都充满了危机和机会。所以，创业者的思维必须要开阔，当别人看见的是困难的时候，我们看见的是机会。我们必须要有敢想，敢干和敢闯的心态和思维，我们才会开始一个创业（进入监狱）的过程。当别人看见的危机的时候，我们看见的是希望，看见的是理想成功的一个过程。没有这样的思维的人是不会成功的。 创业者注重细节 成败在细节（逃狱的每一个步骤都很重要，一步都不可以错）

在重重重围中杀出生天，赢得市场，我们需要的是对细节的掌握。就像逃犯一样，对每秒时间的控制，对每分力度的掌握，对人员心态的掌握，对一点声音，一个脚步等等细微的活动的控制，都必须精确到一个点上。如果创业团队的每个人都有这样小心翼翼，步步为营的思维来对待公司和客户，一个企业是一定可以逃出生天的。所以，细节非常重要。是成败的关键。 创业者

必须有强壮的体魄（没有体力，你跑不过狱警，你跑不出去） 创业是个脑力活，更是个体力活。你必须每天和时间赛跑，因为你的资金资源都很少，你的竞争对手很多也很大，你必须在赛跑的同时学会保护自己，不要让自己摔倒。你必须比别人更加努力，比别人更加强壮，你才可以不被打到。要知道，你的对手可能不是和你一起跑，他们可能是开着车子和你比速度。所以，有时候，我们也要选择自己的路，比如说，我们走山路，我们游水，这些开车的人必须下车才可以和我们一起比赛。我们要开辟自己的道路。开辟所谓自己的蓝海市场。创业是个长跑，身体好的人，没有摔断腿的人往往能跑到最后，笑到最后。（逃犯里面，最后跑出去的人都是在最后时刻能有体力跑出去的人。老的哥们在打架的时候受伤，最后一刻死了。一个大胖子爬不过围墙，最后被抓了）。所以，体魄很重要。千万不要出师未捷身先死。 创业者必须相信自己（Michael说，you got to have a little bit faith, 信念非常重要）

创业者的心态有时候像一个死囚，面对激烈的竞争，不知道自己的企业什么时候被处决。每天面对的都是公司的生存问题。没有一个良好的心理素质，创业者是很难承受这样的死亡威胁的。保持我们动力的是我们的理想和信念。所以，Faith（信心，信念）非常重要。我们要在面对生死的时候，对自己的事业，理想要有充足的信心和信念。 创业者必须坚持到底 勇不放弃（逃狱面对的困难很多，但是不可轻易放弃）

创业是因为心中有理想和希望。逃犯其实也有理想，而且都很简单，就是跑出去完成自己想做的事情，比如说，妻儿团聚，找回爱人，找人报仇，找地方发财等等不同的目标。这些都是他们唯一的希望和理想，而且愿望非常强烈，不达目标，永不放弃。我们创业者的理想目标必须明确，而且不可以轻易更换理想和目标，不可以向强权和困难低头。我们没有后路，我们必须闯出去。证明自己的价值，为了目标，勇往直前。 创业者的底线 活着就有机会和希望（活着，你才有机会逃出去）

在你还没有实力去竞争的时候，活着就是最好的保存实力的方式。不要去挑战比你强大的对手，暗自活着，小心经营你的策略，风水轮流转，机会总是留给有准备的人。（在监狱里面，达尔文的理论比爱因斯坦的更有说服力。）

12、我喜欢这样的干货。看到有评论说这本书没有逻辑，没有组织性，但我想说如果你想看所谓组织性的话，看CCP编的教材吧。我就喜欢这样的干货，仿佛聊天访谈一样。作者对互联网的探讨让我想起以前。互联网行业与传统行业总是被人区分开，因为它们给人的感觉是不一样的。传统行业充斥着尔虞我诈以及厚黑学的时候，互联网仿佛创业的净土，在这里更容易诞生创新创意，也不必应酬和政府关系。但作者对中国创业宏观环境的分析，很真实，也让人无奈。想起自己创业的时候为何离弃了纯互联网领域，如今却只是将互联网当做工具，和作者的观点，很有共鸣。然而当作者感慨“中国出不了普世价值”的时候，我才刚刚看另一本书，《下一个倒下的会不会是华为》。华为是真正可以说与国际接轨的，运用国际化管理方法，而淡化了所谓“中国式管理”的企业。我也记得余世维先生



亦说过，管理就是管理，无所谓“中国式管理”。我们身在中国，感叹“东西差异”并认为“中国特色”令人无奈的时候，华为、余世维却提出了另一种充满希望的声音，即普世的商业价值虽然在中国这个大环境下难以培育，却可以在企业内部生根发芽并坚持到底。毕竟企业管理是自己的事，现实的、没有信仰的中国人都能被所谓的阿里巴巴文化、华为文化所“洗脑”，如果一家企业坚持普世经济价值的信仰，是否可以成功呢？我相信是可以的。所以对作者的结论，我虽然颇为同意并也感到无奈，但不至于作者这样悲观。作者对于宏观创业环境的分析还是挺好的，只是这书应该也写挺早的，涛哥时代的吧，悲观也正常。W和L的事情我在人人网就看过，W就是王兴，当时第一次看这篇文章，在人人网，作者就摘抄了这段故事，貌似是在批判王兴的，这故事就是说王兴做的互联网只能给精英看，L的草根互联网却最符合市场。但怎么着？美团现在却赢了，那个草根的L，当时被网友赞颂说最懂互联网最会赚钱的L却哪去了？叫什么名字？不知道了。由于现在是个互联网的时代，一提创业，必提互联网，但是开个店算创业吗？搞旅游文化创意算创业吗？当然算。据我自己经验，互联网人有时候格局太大，动辄什么产业革命，一说自己的对手仿佛就已经跟腾讯之流干上了。创业难吗？不难，因为如果先放低身段，让自己成为一个有钱人并不难，难的是包括作者在内的互联网型的创业者一下子眼光就很高。我承认人的眼界要高，但眼界和眼光可不一样。互联网人，动辄VC，模式，上市，但谈来谈去，也就复述着BAT成功的传奇故事，赚钱了能赚大钱，但死掉的相对传统行业来说更多。但是如果回归传统行业，土虽土，却踏踏实实地赚钱，当个土豪也不难，等自己成为土豪了，如果自信自己还有那种眼光，那种格局，何愁大事不成？建议作者研究研究华为，一个传统企业（这里都指非互联网企业）如何建立自己的强大价值观并走向国际化的。作者那句“商业比商业模式更重要”写的好。总之通篇看下来，作者那些干货写得不错，很草根，看着很爽，很真实。但看下来，“为何普世商业价值在中国行不通”似乎有点文不对题，建议直接改成“草根商业评论”得了。

13、【商业媒体】这个世界常常让人沮丧。中国商业媒体的工作就像故宫的导游，除了让你在空旷的广场上照照相，就是带你到无数个“游人止步”的门牌前，告诉你真正的好东西是你我永远看不到的。媒体的选择只有两个：要么你作为导游把无知的观光客领到黑心商店然后转手拿提成，要么你从此隐藏在Blog/Twitter里靠拉背包客自助游为主。【创业】重要的不是你在什么年龄创业，而是你在创业之前是否已经积累了足够多的生存技能和生存意志。【数字】中国的农民工、刚毕业大的大学生，总数大约是3亿人中国真正的市场不是北京、上海的几百万白领，是10亿金字塔基的消费者。【策略】联发科（MTK）华为、比亚迪、腾讯、金风科技等的策略：完全客户导向，选择规模庞大的应用市场而非细分的利基领域，在市场刚刚进入成熟期时迅速杀入，通过对国外技术的消化吸收进行逆向创新，提供真正低成本（但绝对不是低技术）的解决方案，依靠工程师团队而非个别天才作战，用速度、效率和贴身服务来弥补质量上的差距，通过打破行业的现有规则来确立新标准，与自己的上下游结成统一战线。【创新与能力】通过低成本创新赚来的钱，提升了公司以战养战的能力和自信，下一次就可以往S曲线的更前端切入。【你所不知道的事比你知道的更有意义】《功夫熊猫》里人人想得到的秘籍其实是无字的。机会在于商业环境的变化比以前更快乐，行业的壁垒也比以前更加易碎了，全球化和信息化使破坏力能够快速传到。相反，那些行业外的闯入者，根本不了解行业的细节运转，他们只有大局观，他们从抽象和总体入手，他们的跨界思维与行业现有玩家的大不相同。无知者无畏，他们可以尝试一切像机会的机会。结果，幸运的苹果常常砸到他们头上。【常识】先有商业实践，后有成熟模式。政策的市场往往是未来的市场。成功没有侥幸，号称有关系、有背景的人多了，能比没背景的更勤奋玩命才叫本事。【互联网与城市】陈一舟：北京的互联网创业家喜欢讲概念，把蓝图规划得无比之大，而且希望事情离钱不要那么近。上海及江浙的创业家很擅长把互联网变成一种赚钱工具，而广东的创业家最能理解用户，特别是非中心城市以外的用户，最会做产品，细节抓得好。

14、创业成功就是遇到黑天鹅。所谓“剩者为王”，就是你只要活下来了，就能等到黑天鹅。黑天鹅发生的几率比一般人想象的要高很多。分享几段很认同的话：当一个企业成功以后，才有资格来总结它的商业模式。而在开端的时候，当全食超市还只是一个素食精品店，当戴尔还只是在学生宿舍里组装电脑，富士康还只是个作电子连接器的小配件厂，Facebook只是哈佛大学里的网上同学录，包括他们自己在内，谁敢说有了一个无敌模式，以及这模式就一定NB能成。我理解那些爱总结规律的管理大师们，毕竟从学术的角度，研究模式远比研究人更靠谱。前者貌似科学，后者更近乎艺术。但成功的模式本身通常很简单，一两页纸可能就能讲清楚。而这个模式如何形成的过程却肯定要复杂得多，甚至连创造者都道不明白。面对相同的食材，“画出味道的才华”，这是大长今和普通御膳厨房尚宫最大的区别。一流高手都是责任感强，有门派师承的，老师教得好，自己聪明点，就厉害点，反之

亦然。而绝顶高手则是有兴趣有梦想又单纯，要么天赋异禀，并自我修炼，开一代风气之先。就像GOOGLE、苹果。要么跳出门派，把别人模式里好的地方都借鉴过来，最后融汇贯通，自成一统。就像沃尔玛。这正是我为什么对《赢在中国》大赛并不感冒的原因，除了励志的一点作用之外，它就变成了一个秀，而且是马云、史玉柱、熊晓鸽等这些成功大佬们的秀，人们最后只是记住了他们的名字，津津乐道于他们所谓的妙语点睛，所谓的经验分享，而那些创业选手们则像小白鼠一样的互相争斗，任人摆布。我相信，真正的创业者是没有必要来凑这个热闹的。创业不是职场，是赌场。创业者不是互相斗，而是跟命运在斗。所以，我相信对于创业者而言，研究失败远比研究成功更加靠谱，研究成功者如何捱到好运降临远比记住一个激动人心的故事更有价值。真正经历过创业全过程的人，一定知道创业最痛苦的前三步：即如何绞尽脑汁想出一个灵感创意；接着不断地在实践中进行证伪，最终发现一个只属于你的机会，并将之变为产品或服务；此后，就是反复打磨你的产品或服务，想尽办法兜售，直到有人愿意为之买单。而那些现成模式的复制者们，我认为他们省略了创业早期的两个关键环节。既没有从点子到产品，更不用从产品到模式。不想做元帅的士兵不是好士兵，但如果天天操心元帅的事，肯定不是一个好士兵。当你连一个小小的产品还没做好的时候，先别操心周鸿祎会不会进来，腾讯会不会进来。很多人创业的时候，首先想到的是不熟不做。我以前当厨师的，我就去开个饭馆。我以前是做广告的，我就去开个广告公司。我以前在百度搞搜索，我就去做个比它功能更好的搜索。这个思路也许能让你经营起一门还过得去的生意，但很难长大，也无法满足你对成功的渴望。为什么？因为这个商业模式只要被证明是可行的（行业明星的标杆作用），就很快会被公开化。于是就会有太多人像你一样进入这个行业，把整个行业的利润率拉低。这时，不管你如何努力地去模仿成功者的招数，收获也只会越来越小甚至为负。就像那些复制分众传媒的XX传媒，没有一家有可能达到分众所创造的高度。相反，那些行业外的闯入者，他们根本不了解行业的细节运转，他们只有大局观，他们从抽象和总体入手，他们的跨界思维与行业现有玩家的大不相同，无知者无畏。他们可以尝试一切像机会的机会。结果，幸运的苹果常常砸到他们的头上。

15、想来作者年岁也不大，但是已经游历颇多，也见了不少企业家。你可以说他浮光掠影，他本来就是旁观者，但是你无法否认他，他已经是一个老资格的见证者，已经可以开口说：十年前，xxx怎么说，然后采取了yyy行动，结果现在大家都看到了。年轻并不意味着缺乏深度，作者对很多新闻事件尤其是那些创业秀之类都有一种冷静的看法；我们的社会把成功者，成功学捧得太高了，少些跟风，狂热分子，多点独立思考才会有更好的中国。如果看一下那些中央机关下海的老板：如黄怒波的采访可以看到英雄所见略同。人与猿也就相差1%，可见1%差异比90%的相同更重要，中国特色也比一些普世的东西影响更大。同为媒体人写的书，我认为该书比外国同行

的<http://book.douban.com/subject/1837823/><http://book.douban.com/subject/1473250/>好多了，国人确实不必妄自菲薄！

16、“看五年、想三年、认真做好一、两年”“方向比速度重要”“大多数中国企业的商业模式，既不是围绕着自己独一无二的技术和产品，也不是围绕着自己的真实用户群，而是针对主要对手的弱点展开的”此本，内容相当丰富，是比较了解现行的商业模式和成功企业的案例的读本。本书涉及商业领域的环境、模式、企业家人格、商业道德等，对于创业者和现行的经济研究者都有比较好的参考价值。不过，相对的作为标题所表述的概念，感觉内容的系统性有所缺憾。有时感觉繁杂。思想上的深度还可以拓展。这可能和作者本身来自于财经媒体记者的背景有莫大的干系。不过，还是近期值得一读的商业书籍！

17、乔布斯与史玉柱，大众媒体的宠儿，永远的商业热门话题，他们的传奇经历一直被人们所津津乐道，但是，这两位各据一方的商业大神的成功秘诀有可比性吗？将这两人放到显微镜下，进行一番对比研究，想必是件很有意思的事情。别说，还真有人把这当成一件正经事儿去做了，还从中琢磨出了一些心得：乔布斯的成功，不仅仅在于他的技术天赋和商业才能，更得益于美国成熟的游戏规则和鼓励创新的商业环境；而史玉柱的成功，更多地体现了中国商业环境的独特“个性”——在这个处于混沌时代的商业蒙昧期，不讲规则、不讲理想显然能更快成功。对这个解剖“麻雀”工作乐此不疲的人，就是中国第一份创业类商业杂志《创业家》的联合创始人、前执行主编申音先生，他还是多家财经媒体的座上宾，国内外创新商业模式和中国企业成长的权威研究专家。在过去的十多年中，申音先生对中外上千家企业的成败案例均进行了解剖“麻雀”式的深入研究，乔布斯和史玉柱的对比只是其中的一个典型案例而已。在申音先生的眼中，找出中国企业成功的内在逻辑显然是一件极有意义的事情。经过三年的精心创作，他于近日推出了力作《商业的常识：为何普世商业价值在中国行不通》，这

本书堪称他对本土创业家的研究之大成。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。冒险进取、无拘无束、破坏现有的游戏规则等“海盗精神”，成为腾讯、阿里巴巴等中国企业成功的内在因素；不追求完美的技术优势、为顾客的需求而生、把目光锁定在数量庞大的中低端消费群体身上，这些简单的道理成为联发科、展讯等科技公司成功的幕后推手。因此，他更关注草根创业者的商业环境变化，在书中，他为国企等“大树”垄断商业百花园的阳光和养分而忧虑，为创业者揭开风投选择项目的一手内幕，还为我们解析了柳传志、王传福、马化腾等草根人物成为最牛创业家的必然之路。可以说，这是一个草根为王的商业时代，但是本土的创业家们如何才能摆脱商业中的黑暗原力的束缚，真正掌握游戏规则的制定权，成为申音等商业观察家们关注的焦点议题。“在庙堂与江湖之间，站在江湖这边；在新思想与旧道德之间，站在新的这边；在天理与人欲之间，站在人欲这边；在权威与叛逆之间，站在叛逆这边；在和谐与变革之间，站在Change这边……”这段话正是申音所坚持的自由、开放商业精神的最佳写照，也是这本书吸引我的最大魅力之所在！

18、住院作者创业成功！中国梦和美国梦的比较很犀利！如果正是这样的话，就是中国文化的问题。要是有人写一本创业的尝试，其实也很好，呵呵中国梦和美国梦的很犀利！中国梦和美国梦的很犀利！中国梦和美国梦的很犀利！中国梦和美国梦的很犀利！

19、书中有几个观点对人很有启发第一，外行才能改变一个行业那些行业外的闯入者，他们根本不了解行业的细节运转，他们只有大局观，他们从抽象和总体入手，他们的跨界思维与行业现有玩家的大不相同，无知者无畏。他们可以尝试一切像机会的机会。结果，幸运的苹果常常砸到他们的头上。第二，“免费”的终结用户可以被代表，不代表你我就该被忽悠。中国互联网安装量第一大和第二大的客户端，都誓言永久免费，都口口声声说“用户利益至上”，为什么却造成了互联网有史以来最鸡犬不宁的一战？因为“免费”。免费的第一个阴暗面，是必然带来一家独大。免费的第二个阴暗面，是用户迁移成本极低，这又是用户选择成本为零造成的。免费的第三个阴暗面，是它很可能破坏一切商业的基础：信用仅仅从这两点来看，就能够大体了解为何普世商业价值在中国行不通了

20、在写评论之前，先读了一下前几条被推荐的评论。很奇怪为什么我在读这本书的时候，感受到的和上面这些被推荐的评论完全不同？带着不同的视角和目的来读书，大概是造成这个差别的主要原因吧。我不是以一个创业者或将来的创业者的角度来读这本书，对我而言，我只是对如何解释我身边的故事感兴趣。在我的身边，有不少通过某种商业方式在传统行业赚到钱的人，他们赚钱的方式，做事的风格在我看来都很难理解，可是从商业的角度来说，他们就是成功了。他们赚到了钱，他们从来没有做成百年老店，从来不在乎是不是能出现在公众的视野中，他们深刻地知道如何跟政府部门打交道，他们还能自觉地把地事业和政府挂上钩……总之，他们是和在互联网从业的我完全不同的一些人。道德，名誉，伟大，这些名词和他们毫不相关。申音至少在我能理解的层面提供了对这些问题的一些解释，不过，读完这本书之后，我觉得吴思的《血酬定律》（似乎最新的版本不叫这个名字了）对这些问题有更加精辟和一针见血的描述。

21、对于商业没有太多概念的人，这本书还是带给了我很多学习的东西。虽然东西比较凌乱，主要是博客的合集，但语言的把握和逻辑性，可以了解到目前我们不知不觉的生活其中的商业环境。断断续续读的电子书，开始还不知道这本书的作者就是那个罗胖子口口声声提到的老板申英。应该都是属于70后的精英一代，有自己的独立见解，也算是意见领袖一类的了吧。对于通晓商业经济的人来说，作为媒体人的观察不一定那么客观、全面，但对于与商业不搭边的人来说，很好的常识书。

22、看完此书，留下很深刻的印象，有以下五个方面。一、关于中国民营制造业政府出台了4万亿的经济刺激计划和十大产业振兴规划，但大部分资金都投向了国资密集的产业。中国经济的不平衡进一步加剧。“美国中产阶级的形成，是从福特汽车开始给工人发一美元一天的工资开始的，不是从互联网时代才开始的。制造业是所有产业的根本。制造业完蛋了，那些失业的年轻人会把更多的金钱投入在网吧里吗？”国有企业规模庞大，利润惊人，占尽了最好的资源，跟官员的鸡油关系能更方便地互相揩油。怪不得许多知名的企业家都誓言绝对不卷入有国企的行业，不和国企竞争。当小的或微型的民营企业在生死线上挣扎时，国企员工有着各种报销，福利，反正兄弟姐妹们都知道，大家是在为XX党赚钱。二、新农业模式自从改革开放那会的XX生产承包责任制，农村的产权就一成不变了，至此，农业经济就是非常弱的一块，compare with developed countries ,not our ancestors. 前几年有出台一个政

策，支持农民将土地进行转让，入股等形式，鼓励发展大型农场。这改革是必然的。没有农业现代化，城乡差距只会继续扩大。现状：国家所有，个体经营，以家庭为单位的农户经营带来的是低水平无序竞争。无力抵抗市场风险和自然灾害；议价能力弱，利润被中间商和下游终端行业拿走了。土地所有权被限死，农村金融难以发展，农业投资回报率低。农场规模通常只有0.6公顷，而米国为173公顷。生产效益方面，亩产的收入价值是人家的几分到十分之一。这就是生产规模和机械化的问题了。何谓新农业模式，按照作者的思路一、以合作社的形式让农民入股，农民获得固定的分红，提供农民技术，资金支持。二、依靠龙头企业的带动，以土地折资入股，整合农业资源，提高农产品的附加值。关键在于，如何把分散的农民有效组织起来，提供贷款担保，帮他们科学生产，保护好他们的产权。当然，在有广大农业人口基数的国情下，根本不是这样随口说说的，毕竟扩大生产规模和提高机械化水平，向美国看齐，谁都懂。如何释放农村生产力，加大生产规模，却不会使农民被“忽悠”走土地，被打入贫困，谈何容易。三、“免费”什么东西网上都可以下载，我现在看的书，包括英文的，一半都是网上下的。其实以后只要不再买书，都可以网上下。我也蛮想在线支付的，毕竟正版内容会好很多，但现在还没有一个成熟的电子书在线支付平台。视频方面，想看的在优酷只有收费的，去风行吗，咋怎么多高清大片啊，呵呵。大家都已经习惯了免费，收费就很难受。中国的国情与美国就是天差地别，这就是为什么土豆几乎是和youtube同时上线，而土差距如此之大。在线视频公司每一家都是在烧钱买版权的，让广大消费者享受正版的。在中国的互联网公司都甭想通过正版的内容赚钱，在法律暂时的不完善下，通过分享盗版，侵权赚钱还是现在很多网站常见的。有无数读者钱上的支持，作家便会有动力不断创造好的作品。而适当的收费，我们将会享受更优质的内容。反之，免费的终点受伤的是消费者。四、占领最大的市场尽管联发科很山寨，名声也不太好，但不得不佩服其发展模式。几年前，也就是山寨机爆发的年份，正是联发科发明了MTK的手机解决方案，这种方案可以使终端厂商节约成本，加速产品上市周期。MTK公司的产品因为集成较多的多媒体功能和较低的价格在大陆手机公司和手机设计公司得到广泛的应用。有了这套解决方案，做手机的成本大大降低，因此获得了完美的市场需求，这便是联发科巅峰之时。“在市场刚进入成熟期杀入，通过对国外技术的消化吸收进行逆向创新，提供低成本（但绝对不是低技术）的解决方案，质量上的不足依赖工程师团队数量上的优势弥补。”蔡明介有一种市场的S型曲线，产品做得越快速周期越短，联发科就可以更早进入S型的上升段。抓住最大的市场，方能立于不败之地。中国的企业怎么跟有着先进技术和资本优势的外国企业竞争，联发科，比亚迪，华为都是靠强大的工程师团队。在中国，最大的优势是你完全可以顾得起尽可能多的工程师，慢慢磨技术，就会成为技术型兼创新型的世界级企业。本土市场 第三世界 第一世界这条思路不正是华为的发展套路嘛。做大众需求的产品，占领最大众的市场，QQ拥有7、8亿用户，360拥有3亿多的用户。你可以认为360太烂了，屌丝，就是很没档次，但它就是最迎合大众需求的，最迎合大众利益。五、朱新礼卖掉汇源汇源本来可以以25亿美元的天价卖给可口可乐的，但在社会舆论的压力下，商业部分的调查下，最后告吹。虽说这是捍卫民族品牌的一场胜仗，但从创业家的角度考虑。朱新礼能把汇源做成一个几十亿的上市公司，已经证明他的牛逼。现在是他自己想要卖公司，却被全国人民拦着不让。这种情况在资本成熟的美国，一个创业家带出一家成功的上市公司，然后套现，这是非常正常，创业家是成功的，无比受人尊敬的。创业家创造一家成功的公司，再套现后继续创业，这才符合游戏规则。汇源在国际市场上并没有优势，朱新礼已经没法把它继续做大了，交给更会管理的人管理，交给可口可乐这种更有优势的公司，本来就无可厚非。而自己本来是计划投资上游行业，重新创业。一个银鹭，南孚，太太乐鸡精被收购了，将会涌现更多的民族品牌。不要因为我们的浅陋而滥用爱国主义。P.S 很多新的思想都是受作者申音的影响。作为行内人的他，了解得好深刻也好睿智。偶只是在吸取他的思想闪光，不断尝试思考。

23、1，中国没有一个所谓“全民的互联网”，中国的互联网是人为割裂的。它既存在于精英的Think笔记本上，也存在于草根的MTK山寨机中。我们的精英也许和美国同步，草根却与越南同步。P492，不管看这篇文章的各位精英们是否承认，我们和有些人——一群数量比我们大得多的人（中国的农民工、刚毕业的大学生等，总数大概在3亿），完全生活在两个不同的世界。如果能关注那一群人，还会有很多机会。但很有可能，我们永远都走不出自己的洞穴。P503，模式说到底，实际上是一种复杂商业逻辑的简化。而现在，很多创业者本末倒置了，急着要用一种简单逻辑驾驭复杂世界。换句话说，就是指望弄到一本葵花宝典，然后一统武林。P754，和深圳的成功创业家、天使投资人杨向阳交流，我问他怎样才算最好的风险投资人？他觉得，得像他的朋友赛富投资的老大阎焱一样“够贪婪，够冷酷”。“什么叫贪婪？贪婪就是充满希望，下注在一个看起来只有万分之一可能的事情。所谓冷酷

，就是同时要保持非常冷静和高度理性，不能为某些表面的东西所诱惑。”两人的共同朋友、深港产学研创投的老大厉伟对这句话做了完美的阐述。P1235，评VC——投对了就是先驱，投不对就是先烈。P1276，我一直觉得，民意在中国是很可疑的。真正需要民意参与的事是没民意说话的份的，不需要民意的事反而一大群匹夫来慷慨激昂。P1507，为什么中国最好的民营企业都在海外上市？原因之一就是只有美国、香港才有最完备的退出通道。而在A股市场上，过去基本不对民企开门。现在开门了，但“大小非”减持到今天仍是个问题。P1508，一只烂钟每天也能赶上两次准点的时间。“好风凭借力，送我上青天”，只要你恰好站在风口浪尖经过的位置，碰巧做了一些对的事情。今天是你，明天就是别人踩上狗屎运。P1649，作为一名与时俱进的消费者，我的愿望很简单。如果不能精确营销，至少得口碑营销，如果不能口碑营销，至少得感情营销，如果不能情感营销，至少别给我来脑白金营销。P20010，评王兴，陈一舟，庞东升性格决定命运，运气左右成败。三人之中，论智商，王第一，陈第二，庞第三；论财商，陈第一，庞第二，王第三；论情商，庞第一，陈第二，王第三。P25411，总而言之，在你有能力的时候，多帮助别人。这不是施舍，这是投资。P258这本书是申音老师08年至今所写的一些评论及文章的精选，按主题不同分为七章。偏于叙事，分析较少，前后串联也稍显不够，但是好处有两点：一是文笔一流，每个单独挑出来都是个好故事，看起来不易犯困；二是有一些创投圈的私房话，夹杂对几个互联网当红辣子鸡的侧面评述，生津止渴。还是推荐

24、阅读正文之前，我首先看了下封面上注明的，被邀请到的鼎鼎大名的意见领袖们的序，其中有一句话给我印象深刻。李开复在文章开篇不久就直言：“虽然并不完全认同其观点。。。”。给我留下深刻印象：不完全认同其观点还写毛的序啊？读完三分之一，我有点理解李开复的话了。这里我们做一个简单的对比，对比双方就是李开复和本书的作者申音。首先，李开复是什么人？在讨论这个问题之前我们先忘掉媒体给予他的所有光环，什么教父，什么大师什么的全部扔掉，李开复是一个商人。而本书的作者申音是一个完全的媒体人。商人倾向于用最敏锐的感觉发现市场的机会或者制度的漏洞，通过数据定位细分的市场，通过合理的模式进行相关的利益分配，他们对于商业的理解是精确的，是敏锐的，是全面而成系统的，如果他们不这么精干，是早晚会被一日千里的商业社会给抛弃的。其价值的衡量是实实在在的为社会创造的真金白银。而媒体呢？是要有文笔的，是要有情怀的，是要有总结演绎能力的，他们并不需要敏锐，并不需要果敢迅速，他们只需要在自己闲暇的时候，有灵感的时候，享受着小资的气氛和情调，来写出一些让人看得懂或者是看不懂的东西就行了。他们并不为社会创造什么价值，他们价值的衡量与文章的文字量紧密的联系在了一起，并且拥有一个及其庸俗的名字--稿费这就很难解释出两者的差别了。一个多做少说，一个则正好相反。于是我们看到了面前的这本书，口口声声说的是商业的常识，但是书中充斥的大量的故弄玄虚的扯淡和成功模式后亦步亦趋的总结。我终于明白，所谓的经济媒体，就是采用这种不着边际的方式来叙述一个非常简单的道理，而作为文章中中心思想的这个道理，还往往不是作者的首创。。。其实我们有理由理解这样的做法，作者在这种前不着村后不着店的时间点推出这样杂文集一样的所谓著作，实际上有自己的目的，也许是对自己已经从事过的媒体行业进行一个总结性的回顾，为自己树碑立传，也许是自己即将踏入的创业领域搭桥铺路，这都无可厚非，但是以这样的名号，说着这样的大话（探究商业底线）拿出的却是这样一套不成体系，不合时宜毫无价值的文章（杂文集）来要求读者掏腰包支持，未免有点缺乏诚意被邀请来的众多社会上呼风唤雨的大佬们在序中毫不吝惜对于作者申音的溢美之词，现在看了成为了一个个对作者辛辣的讽刺。

25、必须承认，我们仍然是一个缺少知识产权保护，国家垄断资源和与之相关的分配权，资本更青睐与权力结合而非知识，优秀的年轻人希望跻身公务员之列的社会。按照马克思理论，每个社会道德体系完全是其生产方式和阶级结构的产物。统治阶级的利益将成为社会的占优势的道德体系。只要全力配置资源的格局不改变，单纯的创业者要么出局，要么就得像黄光裕那样选择买通权力，为自己获得某种不对称的特权，同时向权力所有者输送利益。如果我们真的想要成为一个“真正创新”的伟大国家，那么政府就应该真正理解“自主创新”的涵义；每个人每个机构都可以成为创新的主体，创新的思想可以自由的交流，创新的成果可以无障碍地传播。换句话说，创新的前提恰恰是思想的真正解放。有些时候，必须承认，我们会对所处的这个社会感到失望，但因为身边总有不放弃希望的朋友，总能看到排除万难的创业者一再被打倒又一再爬起来，所以我们也不会因为失望而选择绝望。引用作者的话：我希望自己是“海盗党”的一员。在巨人与大卫之间，站在大卫这边；在庙堂与江湖之间，站在江湖这边；在新思想与旧道德这边，站在新思想这边；在天理与人欲之间，站在人欲这边；在权威与叛逆之间，站在叛逆这边；在和谐与变革之间，站在change这边。对于新兴产业领域，与其相信那

## 《商业的常识》

些白天做报告晚上写日记的官僚们和发论文争项目剥削学生的专家们，我更看好千万创业者在不同方向上用不同方式所做的“布朗运动”。因为实践总是走在认识的前头。书如其名，本书不是研究性或者是理论性很强的书籍，读起来更像是中国商业环境生存指南。不必深究，但不可不读。

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