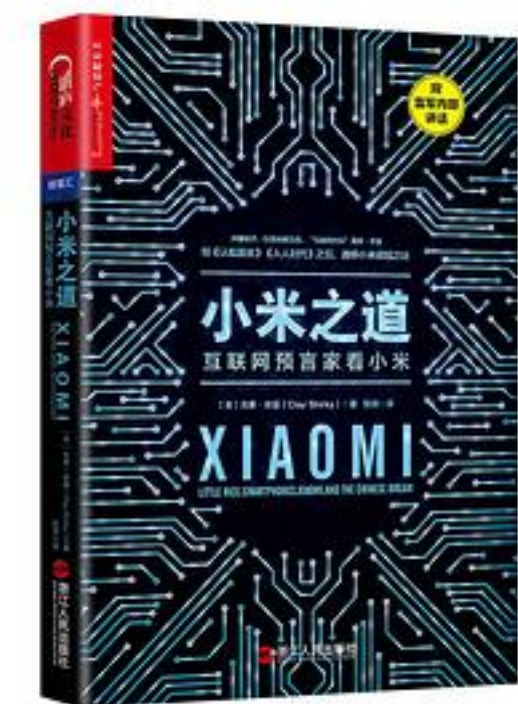


小米之道



[小米之道 下载链接1](#)

著者: (美) 克莱·舍基

出版者: 浙江人民出版社

出版时间: 2017-10-1

装帧: 精装

isbn: 9787213083358

共享经济、自媒体预言者，“互联网先知”克莱·舍基，继《认知盈余》《人人时代》后，聚焦风口上的小米。资深科技商业观察家金错刀、润米咨询创始人刘润作序推荐。附多篇雷军内部讲话，详细解读成功完成“筑底”后小米的全新商业模式

纵观中国互联网发展史，可以明显发现，本土互联网企业的崛起，几乎都是先引入国外商业模式，然后通过强化本土化特点来构筑自己的壁垒。在这种背景下，小米是名副其实的新物种，它走的是相反的路线：依托中国的内在优势诞生，却创造出了可以向世界扩散的全新商业模式。在克莱·舍基看来，小米是一种象征，它意味着中国从模式输入到模式输出的大逆转。

从软件开发到硬件制造的“虚实无缝结合”，小米站在了物联网革命的制高点；从移动互联网入口到新物种生态链，小米构建起了流量调控中心；从设计风暴到新零售体系的搭建，小米打造出了提升用户体验的闭环系统。通过对小米复杂商业模式的抽丝剥茧，克莱·舍基不但梳理出了小米崛起背后的逻辑，更是断言，在万物有“芯”的大趋势下，“小米”是全世界每一家企业、每一个产品都必须学习的标杆。

作者介绍:

克莱·舍基 (Clay Shirky)

共享经济、自媒体预言者，被业界誉为“互联网先知”，其《认知盈余》《人人时代》等著作对全球互联网的发展产生了广泛而深远的影响。

执教于纽约大学。备受微软、诺基亚、宝洁、BBC、乐高和美国海军等知名机构推崇的咨询顾问。

知名TED演讲人。《纽约时报》《华尔街日报》《哈佛商业评论》《连线》等媒体撰稿人。

目录: 推荐序1什么是小米跟苹果正面撕的底气?

推荐序2 超越盲点，把握小米之道

01.新入口，移动互联时代的智能手机

爆品法则，小米掀起“时尚旋风”

新风口，钱、钥匙与手机

02.设计意识，小米崛起的经营逻辑

痛点，被操作系统拖累的潜能

铁杆粉丝，“先导型用户创新”的zui佳实践

用户，陡峭的需求曲线

微创新，从“够用就好”到“升级到更好”

抢购，依靠急速下降的成本获得利润

03.头号生产者，头号消费者

庞大的人口规模

不平衡的发展水平

04.产品的进化，正在逐渐变“软”的世界

品牌魔力，苹果帝国的启示

服务的困局，小米国际化之路

05.创客运动，支撑小米的产业基础

零件定制，制造业产业链的起点

量能，搞定供应商的利器

06.迟而猛，中国商业趋势的规律

可预期性，个人努力与生活水平

中产阶层的消费习惯

07.制造对手，小米商业模式的启示与扩散

21世纪，我们该如何做生意

被模仿，迅速跟进的“友商们”

后记 小米的新世界

附录1 金错刀：雷军的痛苦，小米逆转的秘密，就在这一张图里

附录2 雷军：小米的铁人三项

附录3 雷军：小米成功逆转，回复高速增长

· · · · · · ([收起](#))

标签

- 商业
- 互联网
- 小米
- 商业模式，小米，雷军
- 克莱·舍基
- 科技
- 湛庐文化
- 雷军

评论

英文名字直译，小米：手机，xiaomi，中国梦，更能表述克莱舍基描述的重点，从mi3的意外购买谈起，更多的是描述中国在经济飞速发展的时期，带来的机会，中国经济内需的崛起赶上了移动互联网的热潮，智能手机的性价比锻造了小米王朝，铁人三项的软件、硬件、互联网在以用户为中心的注重体验、质量以及开始注重技术的小米发展空间巨大，当然海外布局和雄心可能受到专利、竞争的制约，整体上依然为中国企业开创新模式的世界化复制奠定了基础。写给西方人看的，浅显、常识，没太多醍醐灌顶的犀利前瞻观点。

书虽薄，但视角独特，干货不少

对外国人的科普

20171216 kindle+pad crvg23
bj2sh, XM旁边的一条破旧的商业街，大多是天天开张的清仓甩卖店，老式糕点作坊店，也有已经实现自助收营的便利店

意思不大，新意不多

中国的企业还是中国人写起来深刻啊。不过作者的一个判断值得注意，未来伴随手机行业的渗透率已经达到很高的水平，会出现手机产商大规模破产兼并收购的浪潮。

这本书绝对是为了圈钱的，没啥实质性新内容

外国人眼中的小米

看看外国人眼中的小米，然而，更多的是对国度和社会的解读

观摩下外国人怎么看待中国的发展……

一本引发格局思考的书。看之前，我与小米的互动仅限于①大学里配室友抢mi1手机②买过长得蛮好看的充电宝③公司送的小米台灯④在家不用滚来滚去的各代手环。看之后，我才意识到对小米停留在“做手机”的印象太局限，它是一家价格厚道且干到极致的互联网公司，手机、MIUI、电商渠道和新零售的全生态链。但它还是要面临波动的市场里最艰难的流量考验。雷军的are you ok? 发生在印度发布会上；小米手环第一代卖69的时候国外不防水的得1400。当然这本书第一版是2017年，现在19年了，风云已然变换……

Are you ok? 雷布斯，加油吧。

没啥新鲜的信息

闲暇出智慧，业余时间出革命性产品。小米依靠性价比和营销开启了一个王朝，但是随着华为的横空出世，小米生态链遭受重大挑战，中国人对手机要求越来越高的同时，小米可能已经遇到了发展瓶颈。

三星半。轻松简单，当然小米 2010 年成立至今，有商业世界的变化，也有小米手机迎合的消费者需求、整个中国市场的变化。Clay Shirky 描述小米公司所处的环境没有那么细致，但是有些形容词是需要引人关注的。

内容不够评论来凑，蹭热点的好办法

对手机发展的历史总结和小米的定位总结十分精辟。华强北中有小米（怎么读出了赛博朋克的味道），完善的大工业供应链体系反而没有小米。而且小米不光有友商，客观地说还有效仿的后来者，尽管是在国内从未听闻的公司。以及风口论这个事情，我觉得点在于飞上去了怎么摔下来。最后一点，要选择自己的受众，也就是所谓的定位，必定是需要阅历的。所以雷军能悟到他的风口在哪里，难道不也是阅历的产物。

书比较一般，但是很喜欢作者的观点：小米是一种象征，它意味着中国从模式输入到模式输出的大逆转。中国互联网巨头，如百度、腾讯、甚至阿里巴巴都是“山寨”起家，借用国外模式然后通过极致的本土化和用户体验（当然还有政府保护）下得以发家。而小米则是强调性价比和“米粉”起家，制造爆品~虽然雷军常被嘲笑“耍猴”，但我真的很佩服他作为各种行业的颠覆者。在知乎上看到说小米手机999甚至499的意义是什么，一个回答是去偏远山区看看那些使用这些智能手机的人通过互联网了解世界、和外界沟通，你就知道“低价”的意义。

没什么干货，当扫盲读物了解下小米理念还行

与克莱·舍基前两本关于互联网趋势书相比，这本书差太多了，书中唯一有价值部分还是关于互联网趋势的几段描述。整本书颠来倒去，而且素材陈旧，解读小米也未触及核心，对整个产业的叙述也太浅显，纯粹是给外国人写的，不值得再翻译过来，倒是前言和附录收录的几篇国内作者文章有点看头。

[小米之道_下载链接1](#)

书评

对于初创产品来说，我们作为推广运营，首先明确以下几点

- 1、过市场调研的方法找到用户痛点，提出解决方案
- 2、根据用户需求，做好需求分析；迅速完成原型，做好设计，快速开发，做好产品测试，保证用户体验
- 3、同时建立自媒体通道以及构建增长体系，为种子用户和后期运营打基础...

东学西渐正当时。
中国在数字经济、移动互联网、跨境电商、人工智能等领域明显走在了美国的前面。尤其是已经被外国人复制的支付模式、共享单车、生态逻辑等，均属脱胎于中国的新物种，依托中国的内在优势诞生，已经向世界扩散的全新商业模式。
观察：中国模式正在被美国复...

英文版出版于2015年。非常奇怪小米现在才把这本书翻译成中文。
书中关于小米的信息与观点都是公开资料可见的，没有新意，我感觉基本就是小米宣传稿。书后附了两篇雷军最近的演讲稿。
以下是书中一些内容的摘抄，【】中是我的点评，#号后面是kindle电子书中的页码：
1：除了...

[小米之道_下载链接1](#)