

IT大佬歪传

周鸿祎又“发甩”了

用南京话说,周鸿祎就是“槽子”,他做的所有奇葩事迹概括起来就是“发甩”。

周鸿祎几乎没有不跟别人掐架的时候。周鸿祎最早从3721发家,当时就和李彦宏因为浏览器工具栏而掐得你死我活。3721一直被视作“流氓软件”,后来被卖给了雅虎,周鸿祎离开雅虎之后创建奇虎,据说是为了谐音“骑虎”,双方矛盾不断,报章杂志上都写着“马云誓与周鸿祎绝交”。

陈芝麻烂谷子的各种交恶还有很多,最让人叹为观止的当然是“一个艰难决定”的3Q大战。

进入2012年,周总仍然不准备和气生财。“小三大战”拉开帷幕。

上半年小米手机青春版和360首款特供机“华为闪耀”,一起上市售价皆为1499元。双方在微博上相互挤兑,小米的黎万强说360卖贵了,周鸿祎说小米误导用户,一个劲儿地往外蹦技术参数其实围观群众们也没怎么看懂。掐着掐着远离了技术,雷军发言诉苦:“当你被诋毁抹黑泼粪的时候,很多善良的人建议,别和流氓一般见识,去起诉他。于是你忍了,花了一年时间起诉,胜诉了,但他拒不执行法院裁决……我们一个社会还有公理吗?”并直接称周是“骂人吵架做市场推广”。

几番你来我往,马化腾转发了雷军一条微博说:“唉!其实他是个

IT男是什么形象?条纹T恤、格子衬衫、球鞋、眼镜、目光呆滞、对着电脑噤里啪啦、不解风情、代码民工、死宅男没妹子?

错!残酷的眼球经济已经蔓延到每个行业,连门口烧烤的都要想“意大利球迷八折”这种噱头来促销,况IT业乎?新晋的IT大佬们更是身先士卒为了事业把自己都贡献了出去,吵嘴、打赌、约架……这些都是家常便饭。

个个话题赛过范冰冰,生猛赶超木子美,满嘴没溜儿的时候比韩乔生都多,上时尚杂志要摆造型,偶尔代个言还要演哭戏——比艺人累多了好吗?艺人需要懂IT吗?艺人会用美图秀秀就好了!人家IT精英除了要会眼球大法全套还要懂IT做商业的呀!啥也别说了,一把辛酸泪。

文/罗贝贝



“雷布斯”VS“米黑”

2011年8月,在别人看来已经非常成功的雷军推出了自己的小米手机。发布过程各个细节都像乔布斯在发布iPhone:身穿黑色T恤和深蓝色牛仔褲的雷军,用乔布斯的手势和语气讲述一款“顶级智能手机”,身后的幻灯片也是各种参数和图标,台下观众掌声热烈,激动得像看巨星,另有小米粉丝排队购买小米手机。

雷军的同行们立刻开始吐槽,不满雷军这种把自己当做乔布斯

的行为。不喜欢小米手机的人们自动结成了“米黑”阵营,把雷军叫“雷布斯”,认为他自比乔布斯是不自量力;小米手机则被称为“粗粮手机”,暗指小米手机是粗制滥造的;至于“米粉”?米黑们认为都是托儿。

米黑们不厌其烦地找出小米宣传中存疑的各路细节。买小米要排队,小米卖断货?米黑们认为这是小米故意借势的营销策略。iPhone5销售数字公布之后,网友

“性感玉米”计算了小米1s手机“9分钟售出20万台”的数字,发现按此计算小米24小时销量为3168万台,销量是iPhone5的15倍,而前者仅仅是中国线上市场销量。小米论坛里有人说自己用小米手机配合望远镜,最终照片效果像国家地理杂志照一般,一时间“拍月亮”成了流行语,网友“谷大白话”段子云:“美国‘好奇’号登陆火星用小米手机发回黑白图像。”

雷军在微博上披露的各种小

米数据经常被作为大言不惭王婆卖瓜的炒作:两个小米手机包装盒承重300斤上面站两个胖子不变形;市场上发现了好几款小米手机的山寨机……因为手机,他和周鸿祎姿态难看地掐了一架。

小米每出一新动向,“雷布斯”和“粗粮神机”的吐槽评论就立刻跟上去。不过,有人会说,总比没人关心强吧。今年6月小米号称公司估值升至40亿美元,这当然是成功——然后米黑们更来劲了。

刘强东,你阳台的西红柿

自从刘强东开始在微博上聊自己的生意,生意这事儿看上去就有点不严肃了。刘强东还一度被记者评为“金喷壶”。我们先来简单摘录几句感受一下刘喷壶强大的气场:

“李国庆他们就是擦皮鞋的,他们有能力打价格战吗?有能力的话不需要偷蒙。”

“天猫等平台不是我们竞争对手,我特别感谢马云,因为我们几乎所有的用户都来自淘宝,淘宝教育了用户,但这些用户不能忍受讨价还价、服务差、假货,所以他们来

到京东了。”

“有钱不是万能的!3年前,某业界大佬想白菜价控股我们,并温柔地威胁说‘如果你不和我合作,我拿5亿美金难道打不死你?’我说‘我创业之日几乎没钱都没有害怕,何惧今日?’并且年轻气盛地反击‘和我合作是你一生进入零售业最后一次机会’。今日闻该B2C网站停运。光脚别怕穿鞋的……”

“我们除了有钱什么都没有!往死里打吧!”

“我们让价格情报员穿制服,主要还是为了怕他们被打。”

刘强东数次挑起价格战,每次都语不惊人死不休,刚刚过去的京东苏宁价格战被网友称为“伪价格战”,便宜的东西下不了单,有的东西一声不吭的亚马逊更便宜。大家电购买基本上对网购主力年轻白领没什么影响,除非非要结婚——有人这样概括不关心价格战的理由:没必要人流打折就赶着怀孩子。轰轰烈烈的价格战硝烟里,围观的网友罕见地冷静。

相比满嘴跑火车看不见实惠的价格战,网友们更感兴趣的是刘强东阳台上的西红柿。今年7月刘

强东和京东商城小家电总监庄佳在同一天发微博称西红柿熟了,刘强东还特地说是“阳台上的”。群众八卦心切,但是也提高了警惕:这难道真的不是炒作吗?几天之后刘强东公开表示,“西红柿”绝非营销,自己和女主角恋爱三年。

其实,刘强东在微博里也有很多自我剖析,发自肺腑滴:“我不是大嘴,我只是一个不愿隐藏内心的人!真的!以后谁说我是大嘴我和谁急!”“我想大家都把我想得复杂了,其实不是这样的。我是一个随性的人。”

李国庆:“驴踢脑袋”

2011年初,当当网刚上市不久,李国庆就为上市自创了一首带粗口的摇滚歌词,觉得自己被投行坑了,自称供职于摩根士丹利一女士直接回复“李国庆你简直就不是人”,著名的李国庆大战大摩女拉开序幕,各种猛话甩了一屏幕。

不过让网友津津乐道的是,当

年大战大摩女的时候李国庆在微博里说:“当当要跌破16,我早找驴踢我脑袋了。”——当当的首日收盘价是29.91,现在股价早已经跌破了16,好事者每每拿出李国庆当日言论:驴呢?要踢脑袋吗?

一张嘴就蹦出“驴踢脑袋”这种话,李国庆的微博自我介绍其实

埋了伏笔:“我口无遮拦,多有得罪,请海涵。”不知道是不是任志强开的头,现在商人们都乐意在网上开开炮,开炮之前还很诚实地说,不好意思,我这就这么直白。

相比刘强东的“金喷壶”作风,李国庆还有很多别的花样。自创摇滚歌词已经展现了李国庆掩盖不

住的文艺本质,他还自创了“当当体”,身先士卒做示范,希望网友参与集体创作。最近李国庆插着裤袋的形象还出现在当当网的服装广告中:当当网在十一之前推出了“服装潮流节”,李国庆亲身示范各种服装搭配,被网友调侃为:“误以为进了中老年服装专场。”

新人:可爱多罗永浩

老罗要做手机,大家都知道了。最近老罗顶着“给方舟子一个眈眈”的头像发的微博几乎都是手机的事儿。

尽管这件事听上去非常不靠谱,但是老罗很严肃地接受了采访说这件事。在自己的演讲中用那熟

悉的延吉东北话向人们阐述他的计划:先制作安卓rom,会比目前市面上任何一款手机的rom体验好;之后做手机,代工则暂定富士康,不会考虑小工厂,屏幕绝对不使用OLED屏幕,因为会颜色失真,目前暂先用夏普的屏幕。

至于为什么要做手机,因为自己有工匠、恋物、完美情结,就算不做手机,做一把绝美的椅子,也是让他开心的事。“乔布斯的离开,让我看到了希望。”总而言之做手机要有的审美和偏执自己都有,唯一的问题是减肥以方便以后代言手

机……
不论老罗多么条分缕析地推自己和手机的关系,人们还是抱着看戏的心态来看老罗的新事业。不过唯一可以肯定的是,为了手机,老罗一定会掰扯新话题。
当然,话题不是一切。

一个IT人的自我修养

去年,聚美优品的陈欧和韩庚站在同一个广告里,掷地有声地说:“我为自己代言。”库巴搞促销,CEO丁东华在广告里哭得撕心裂肺,意在降价幅度太厉害,CEO都

哭了——这就是跳楼卖血老板娘跟人跑了必须大降价的进阶版。

360和百度搞“3B大战”,搜狗主动加入,搜狐IT发了新闻称这场搜索大战成了“3SB”大战——这

已经是自己主动往上贴了。一开始人们看到IT精英们又吵又闹现场直播的时候,反应都是“啧啧,真是罕见”,现在他们跨界掌握了多项技能,随时给人惊喜,简直是真人

秀级别的娱乐。
难道以后搞IT都要这么18般武艺样样俱全,先学代码再学影视表演艺术吗?二者结合起来才是一部完整的《一个IT人的自我修养》?

