

《创业邦》：在金山创业和在小米创业，感受有何不同？

雷军：我觉得在金山和在小米非常不一样。在金山虽然我们也有很多理想主义的东西，也波澜壮阔，但总觉得苦难深重；做小米我们脸上都是笑着的，基本没有什么苦难史，也向马云同志学习，强调快乐工作，拼命生活，反正就是一些很有意思的人。

《创业邦》：这是由什么决定的？行业特色？

雷军：不是，是心态。比如说我就没有什么样的KPI，我也不考核KPI，过程做得开开心心热热闹闹，把事情做好就行；能卖多少台，能做多少事情，顺势而为、自然而然。“谷歌十诫”有十条名言，第一条就是，一切以用户为中心，其他一切纷至沓来。就是你如果真的以用户为中心，把这个所有的事情都做好了，其他一切纷至沓来。可能我这么讲，大家又觉得我很狂妄，但我们真的下了很大的心思，想努力把产品做好。很多人会说，小米其实没啥，就是雷军会忽悠、懂营销。我承认我们的营销团队干得非常非常出色，但是我相信他们自己也知道，仅有这些是远远不够的，小米的核心还是小米对待用户的理念，然后小米用心做产品，全情投入，我觉得这是决定性的因素。

《创业邦》：有人说过了今年之后，小米手机增长可能就乏力了，所以才会做盒子，你怎么看这个问题？

雷军：我根本不想这些问题。这次创业的最大不一样，就是不去想今天100亿，明年是不是要做200亿，后年是不是要做400亿。只要把小米2做好，小米3再做好，就OK了。

可能我自己有20年的创业经历，包括有很成功的天使投资经历，所以我跟投资者沟通是非常清楚的：第一我们5年内不会上市，第二个我们没有任何明确的BP答应你什么，我们没有任何的承诺，说我们明年干到什么程度，后年干了什么，这就是我们的自信。你要喜欢你就投，不喜欢就算了。

所以这是我们跟别的创业者最大的不一样，就是资本市场和投资者对我们这个团队的支持和包容是不一样的，我不需要承诺，只要我干得开心就干。当然了我觉得我们也非常地努力。所以我们才会做盒子，接下来是遥控视频车，带Wifi的那种，就像间谍电影里面的那种机器。

《创业邦》：从APP到ROM再到手机、盒子，你把小米定义成一家什么公司？

雷军：这个问题我已经不太纠结了。我现在在意的是，小米是不是一家很与众不同、很有活力的公

司。可能很多人会给小米贴上互联网手机公司的标签，但谁也搞不清楚互联网手机公司到底是个什么样的公司。我觉得我并不在乎它是手机公司，还是互联网公司，是硬件公司还是什么样的公司，这不是我关心的问题。我关心的是小米是不是具备很强的活力，是不是很受消费者的喜欢，我觉得这是个更重要的话题。

当然，我认为手机是这个世界的中心，然后电视未来会变成手机的显示器，手机是电视的遥控器，我是有很强的路径感的。

《创业邦》：这个活力怎么定义呢？是指卖的越来越多，用户越来越多，还是营造一种“米粉”文化？

雷军：我觉得最最重要的还是，我们是否在市场上还有进取心，即你的产品是不是越来越好，你是不是越来越受米粉的支持和欢迎，这个东西可能更重要。

《创业邦》：小米会越来越像苹果吗？

雷军：我觉得我们跟苹果还是蛮不一样的。相同点是因为我们都做手机，这个没办法，但模式完全不同。比如说小米手机的销售渠道几乎完全靠电商；苹果第一是靠运营商，第二是开线下店，第三才是网上。另外苹果定位很高端，我们定位在平民价，我们从产品到模式差别很大。

《创业邦》：越来越多的人来抢小米的市场，会不会把这个市场变成红海？

雷军：还有比金山更惨的创业历程吗？光上市就上了5次，一上上了8年时间没挂掉的公司，那是什么样的竞争力？就是爬过雪山、过草地、吃过草根，你觉得还有什么比那更艰难的？今天要枪有枪，要炮有炮，兵强马壮的，运气也很好，我们还缺什么？所以我根本就没有觉得有多惨烈。去年我们的底线是卖30万台，结果今年卖了700万台。我们预计明年小米手机会有1200万台到1500万台的销售规模。

（来源：创业邦 方浩\文）