

本书从技术创新、盈利模式、市场策略、竞争战略、文化理念等多方面对两个企业进行深入的对比分析，揭密了这两个搜索巨头的成功奥秘

Google 与 百度

全球两大搜索巨头的技术创新与盈利策略
告诉你全球数一数二的搜索引擎成功法则



一个是搜索代名词、全球第一的搜索霸主
一个是中文搜索之王、中国第一的搜索巨头
它们提供互为竞争的搜索服务，却都获得了巨大的成功

梁 诚 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

Google 与 百度

全球两大搜索巨头的技术创新与盈利策略

梁 诚 主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PRESS

图书在版编目(CIP)数据

google 与百度:全球两大搜索巨头的技术创新与盛利策略/梁诚主编. —
北京:中国经济出版社,2006. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 7775 - 4

I . g . . . II . 梁 . . . - III . ①网络企业—企业管理—经验—美国②网络
企业—企业管理—经验—中国 IV . ①F279. 712. 444②F279. 244. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 115138 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: WWW. economyph. com

责任编辑:陈 骝 (E-mail: chen liu_ bj@ sohu. com)

电 话: 13621098588

责任印制:石星岳

封面设计:红十月工作室

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 16

字 数: 210 千字

版 次: 2007 年 1 月第 1 版 印 次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 7775 - 4/F · 6781

定 价: 39. 80 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68341878



Google和百度代表着互联网搜索技术的最高水准。Google以创新制胜，处处求新求变，其品牌深入人心，并成为搜索的代名词。而百度作为全球最大的中文搜索企业，造就了中国企业在美国纳斯达克上市的最璀璨的成绩。本书从技术创新、盈利模式、市场策略、竞争战略、文化理念等多方面对两个企业进行深入的对比分析，揭秘了这两个搜索巨头的成功奥秘。

Google 与 百度

全球两大搜索巨头的技术创新与盈利策略

>>>同类热销图书链接



责任编辑：陈 骜

出版咨询：E-mail: chenliu_bj@sohu.com

手 机：13621098588

封面设计：红十月设计室

RED OCTOBER STUDIO
TEL: 13621105817
hongshiyue@vip.sina.com

前言

在任何一个成熟的行业里，始终都会存在着两家实力相当、数一数二的巨头企业，它们在公司规模、销售总额上不相上下，在小到区域市场大到世界各地为争夺更多“领地”而互不相让，“杀机”无限。

与此同时，人们发现，无论这种“对弈”是偶然还是必然，都已经悄悄地打开了某种经济运营规律的大门：正是这种刀光剑影的比试，促使对峙双方不断调整自身的经营体系，增强企业的综合竞争实力，并因此将其他竞争者远远地隔离在主要利润区之外，使强者共享双赢。

正因如此，后来者要进入这一行业，要站稳脚跟甚至超越行业数一数二的企业，除了要凭借后起之秀的锋锐之勇气，也不得不潜心学习、借鉴这些巨头企业的巅峰智慧。

在国际互联网搜索行业中，Google 和百度代表着登峰造极的最高水准。Google 靠技术起家，创新制胜，处处求新求变，已经让 Google 品牌深入人心，成为搜索的代名词；而百度通过三次融资和一次成功转型，造就了中国企业在美国纳斯达克上市的最璀璨的成绩，一跃成为全球最大的中文互联网搜索企业。

早在百度创立之前，中国就出现了“搜索客”、“悠游”等为数不多的几家专业搜索引擎公司，着重于向其他公司销售搜索引擎软件以及系统，而在美国，Inforseek、Overture 也一度是成绩卓著的搜索引擎先行者和老前辈……至今天，这些曾经闪亮过的名字都已经不再出现在搜索市场上，最终不是惨淡退场，就是面临被收购的命运。而后来者百度和 Google 却越战越勇，短短几年时间，就建立了

各自在行业内的霸主地位，实在值得深思。

其实归根结底，这些企业都缺少了 Google 和百度执著于搜索事业的专注。有一些甚至在稍有成绩时就一门心思想做门户网站，减少了对搜索引擎的关注和投入。它们没有意识到，对搜索这样一个要求很高的行业，不全力以赴地投入，是绝对做不好的。这些企业也绝对无法想像 Google 和百度的辉煌背后是创新的盈利模式、量身定做的发展战略、明确的发展战术以及契合高速企业发展需要的文化理念等。

如何学习和借鉴这些成功的经验和相关教训，正是我们深入剖析这两个企业的初衷所在。

在盈利模式上，Google 拥有一个备受称道的“AdWords（关键词广告）”，以及锦上添花延伸出来的“Adsense”，其搜索结果保持公正、客观，广告形式简洁低调却效果惊人，成为客户最欢迎的企业推广方式，也成为 Google 利润的主要贡献者；而百度则总结出“竞价排名”模式，为百度带来了大量的忠实客户和可观的利润收入。

在发展战略上，Google 奉行多元化战略，凭借自己无所不在的商业触角，在各相关技术、商业领域攻城掠地，所到之处，必然是战功赫赫；而百度看似保守甚至死板地坚守中文搜索阵地，贯彻实施企业专业化战略，却因专注而获得了巨大成就，稳坐全球中文搜索引擎的第一把交椅。

在发展战术上，Google 一贯靠创新和颠覆成就事业，无论在企业文化、企业管理、技术研发甚至股票上市等方面都不甘平凡，屡次在“不按常理出牌”的战役中获得颠覆性的巨大成功；而百度则擅长走模仿制胜的道路，对各企业的先进理念、经验、技术、服务等活学活用，青出于蓝，出神入化后再自成一派，笑傲中文搜索市场。

在人才管理方面，由两个年轻技术天才建立的 Google，崇尚天

才和英雄的力量，用严格的标杆筛选出最优秀的技术天才，再给他们最能发挥创意和智慧的工作空间，最能激发他们灵感的氛围，使得 Google 不断贡献出新奇的技术产品和服务给世人以惊喜；而百度则信赖优秀团队的力量，从不同领域吸纳精英人才，通过给员工信心和发展平台，以及独创的“工程师文化”，打造出坚不可摧的团队黄金组合，用精兵强将的集体智慧成就百度的事业辉煌。

在企业文化上，Google 一言以蔽之的“不作恶”成为全世界互联网用户对其推崇备至的金句，永不满足、力求最佳的信念也成为 Google 企业不竭创新动力的来源；而百度则痴迷于传统中国文化之美的同时，又创新结合开放式的美国硅谷文化，让百度不但充满了中文文化的含蓄、优雅的韵致还充满了美式的轻松和创造力。

除了以上这些关键因素，在融资上市、技术创新、危机公关、品牌营销、渠道建立、国际化扩张和深度本土化等方面两家巨头企业无不积累了丰富的成功经验。对 Google 与百度的高速成长战略进行深入和详细地分析，不只描述这些战略的表现和结果，最为关键的是分析为什么会出现这样的结果，探究结果背后的真正原因，希望有助于读者朋友进一步对这两家企业进行对比、学习。

在写作过程中，作者查阅、参考了大量的国内外专家的相关文字资料，由于时间关系未能与部分版权所有取得联系，在此表示深深的谢意。

衷心感谢陈南峰、林胜琼、羊明闹、黄良弟、王纶菲、林阳仔、郑锦辉、苏定林、赵林雄、胡锡燕、邢春梅、陈琼湖、李武强、黄汉萍、朱欢欢、孙彦洁、黎晓珍、关爱劝、郑英才、许凌志、王科保等人为本书编写付出了心血与汗水。

编 者

二〇〇六年十月

目 录

前 言

第一章 世界搜索霸主与中国第一品牌

Google	3
横空出世	4
加速成长	6
非常规上市	8
百度	11
回国创业	12
融资典范	14
成功转型	16
缔造中国神话	19

第二章 多元发展与专注经营

Google	25
开发桌面搜索	25
涉足网上书店	28
进入纸媒广告	29
推出 E-mail 服务	31



打造全球交友平台	34
百度	36
专注搜索技术	36
专注搜索服务	40

第三章 关键词广告与竞价排名

Google	47
搜索技术授权	47
关键词广告	49
百度	53
竞价排名	53
固定排名	58

第四章 创造性颠覆与模仿制胜

Google	63
创新气质	63
盈利新范式	66
另类股票发行	67
百度	70
跟随战略	70
模仿佳作	73
青胜于蓝	75



第五章 病毒式营销与出位营销

Google	81
病毒式营销	81
坚持简约风格	84
执著于“纯度”	86
百度	88
出位营销	88
用户为先	91
保卫后花园	93



第六章 完美梦想与中文之美

Google	99
“不做恶”原则	99
永不满足，力求最佳	103
保持绝对的技术领先	105
百度	108
痴迷中文之美	108
创新复制美国文化	110
百度核心价值观	112

第七章 铁三角与海归派

Google	117
Google 双雄	117
战车掌舵人	122
百度	125
风云总裁李彦宏	125

开朝元老徐勇	134
--------------	-----

第八章 天才管理与英才制度

Google	141
信奉天才	141
严格甄选	143
让员工快乐	145
百度	149
英才制度	149
真诚用人	153
打造精英团队	156



第九章 信任危机与道德风险

Google	161
地图泄密事件	161
技术原理弊端	164
信任危机	166
政治风险	169
百度	172
版权之争	172
道德质疑	176
法律风险	178
盈利模式争议	180

第十章 Google 突围与百度卫冕战

Google	185
雅虎：从大客户到劲敌	185
微软：多领域交锋的对手	188
IBM 与亚马逊：战场新加入者	192
百度	195
阿里巴巴：挑战来势汹汹	195
门户网站：合围之势	199
Google：对决于中文搜索	202
附录 1：Google 的技术特点	209
附录 2：百度的技术特点	211



第十一章 本土化战略与国际化扩展

Google	215
全面本土化战略	215
重点建设本地搜索	222
百度	226
中国主战场	226
国际化企图	230
附录 1：Google 发展大事记	233
附录 2：百度发展大事年表	238

参考文献

第一章 世界搜索霸主与中国第一品牌

网络搜索技术正以迅雷之势影响着整个世界，而 Google 与百度无疑是其中占主导地位，成长最快、影响力最大和盈利最多的品牌典范。如今，Google 是真正的搜索霸主，而百度已经成为中文搜索领域毫无争议的领先者、第一品牌。

Google 和百度的成长历程有很多的相似之处，都诞生于两个一拍即合的年轻人对互联网搜索技术的执著；都是靠风险投资白手起家；都是在摸索中寻找适合自己的生存和发展的盈利模式，并走向行业领先地位，获得高速发展；都在纳斯达克的上市中一举成名，谱写了各自的精彩篇章。

Google

Google 的诞生和成长虽不能称作绝对的一帆风顺，却也有惊无险。一路走来，既在人意料之外，又在情理之中。它不断缔造着辉煌的业绩，起源于一项技术研究，创立在一个车库，起步时三个员工，成长期加入一员老将，从技术授权到付费搜索，全面盈利，再到一颗重磅炸弹似的炸开华尔街和纳斯达克，Google 一直是如此出色。

早百度两年创建的 Google，依靠其技术优势迅速发展，如今已在全球搜索市场上驰骋南北，纵横捭阖，难遇对手。早在 2003 年时，根据 OneStat.com 网站公布的数据，Google 在全球搜索市场的占有率就超过了 50% 的份额，成为绝对的搜索霸主。在美国本土市场上，众多对手对 Google 展开围攻，尽管如此，Google 的市场份额仍然接近一半。根据 Nielsen NetRatings 全球标准互联网用户调查和分析权威机构的调查数据显示，2006 年 3 月美国搜索引擎搜索请求量市场份额中 Google 达到了 49% 的比例，与此同时，雅虎、MSN 的搜索请求量市场份额分别为 22% 和 11%。

Google 以其出色的表现赢得了一系列荣誉：

《雅虎网络生活》杂志将 Google 的搜索引擎评为全世界功能最强大的搜索引擎；

Google 的消费者满意度始终名列第一；

美国《时代周刊》评选的“1999 年度十大网络技术”之一；

《个人电脑》杂志授予 Google “最佳技术奖”；

The Net 授予其“最佳搜索引擎奖”；

.....



横空出世

Google 的创立始于两个天才创始人拉里·佩奇（Larry Page）和谢尔盖·布林（Segey Brin）还在美国斯坦福大学求学期间进行的一项关于互联网搜索方面进行的学术研究。

1. PageRank 横空出世

1995 年夏，两位才华横溢的年轻人在斯坦福大学相遇，虽然在很多问题上意见相左，但是他们彼此佩服对方的才华，并且很快发现了共同的兴趣，就是对互联网搜索技术的痴迷。在当时的互联网上已经约有 50 亿张网页，要在其中准确找到所需的信息，就必须依赖一种搜索工具的帮助，二人兴起了打造出最成熟的、最完善的搜索引擎的念头。

他们没有拘泥当时 IT 界对互联网搜索功能的理解，即某个关键词在一个文档中出现的频率越高，该文档在搜索结果中的排列位置就要越显著。而是创造性地认为决定文档在搜索结果排列位置的因素是一个文档在其他网页中出现的频率和这些网页的可信度，网页在受众中的知名度和质量是决定性因素。基于这种想法他们开发出先进的搜索技术 PageRank。

2. 车库起家

很快他们意识到这种结果查询方法比其他任何一种搜索都要高明。有着伟大事业梦想的两位年轻人决定合二人之力在互联网搜索领域成就一番事业。起初他们向各大公司推销网页搜索排序的新观念。但是得到的反应都很冷淡，于是，佩奇和布林下定决心，打算自创一家公司，专心发展他们的技术构想。

正如硅谷的每一个传奇故事一样，Google 在创业初期也是非常

拉里·佩奇和谢尔盖·布林没有拘泥当时 IT 界对互联网搜索功能的理解，而是创造性地认为决定文档在搜索结果排列位置的因素应该是该文档出现的频率以及其可信度。