

Beyond The Wave Of IT Revolution

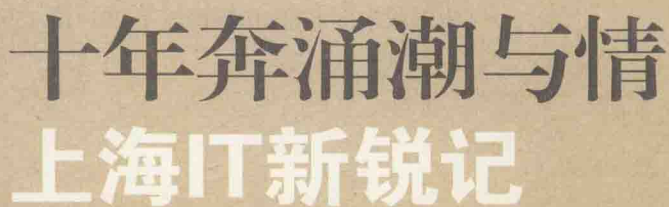


十年奔涌潮与情 上海IT新锐记



上海市信息化青年人才协会

中国出版集团
东方出版中心



 上海市信息化青年人才协会

中国出版集团
东方出版中心

图书在版编目(CIP)数据

十年奔涌潮与情—上海IT新锐记/上海市信息化青年人才
协会编. — 上海: 东方出版中心, 2015.1

ISBN 978-7-5473-0737-3

I. ①上… II. ①上… III. ①信息技术—高技术产业
—研究—上海市 IV. ①F49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第259262号

书 名 十年奔涌潮与情 —上海IT新锐记

著 者 上海市信息化青年人才协会

责任编辑 唐丽芳

执行编辑 周 凯 刘向阳 王 晶 华辰武

统 筹 许 革 夏小媛

出版发行 中国出版集团

东方出版中心

(仙霞路345号 邮政编码200336)

印 刷 上海邦达敏奕印务有限公司

版 次 2015年1月第1版

2015年1月第1次印刷

规 格 787×1092 1/16 印张 21.25

字 数 150千字

印 数 1-1,000

书 号 ISBN 978-7-5473-0737-3

定 价 58.00元

《十年奔涌潮与情——上海IT新锐记》

编委会名单

主 任：周国雄 李耀新 夏科家 徐未晚
副 主 任：张锡平 刘 健 王力为 徐 达
委 员：戴剑飏 其 实 谢艺伟 邢 波 丁 炯
占松林 朱宗尧 华宏伟 刘小光 李光亚
陆 檀 易 辉 庞升东 姚 欣 徐 珏
黄 刚 黄 俊 康 剑 章 勇 谭群钊
龙 伟 伏彩瑞

主 编：王力为 其 实
副 主 编：谢艺伟 邢 波

顾问委员会：

潘 敏 黄肇达 邵志清 陈 龙 陈 凯
吴 俊 赵彦龙 徐 彬 周建军 胡宏伟
李智平 谢海光 陈剑波 胡爱军 顾燕芳
邵亦波 施 雷 唐 骏 臧斌宇 张士平
朱 骏 张松峰 丁乐佳 李洪岩 吴卫平
张建军 范承工 顾燕芳 钱名海 王 阳
占锦川

序 言

2014年，必将成为具有重要战略意义的历史性一年——这成为关心国家未来发展的各界有识之士越来越明晰的一项基本共识。众多重大举措之中，首次设立的“中央网络安全和信息化领导小组”，也将信息化产业的发展首次提升到了国家战略层面。

上海，这个历史上著名的口岸、商贸集散地，为中国信息化产业以及互联网行业的迅猛发展贡献了不可小觑的重要力量。从第一轮互联网创业，到传统产业的信息化实践，从新媒体融合的突破创新，到社会民生的信息化应用，上海这座城市，拥有着规范的商业环境和公平的竞争机会，她以国际化的视野和海纳百川的胸襟，鼓舞着一批又一批青年人，始终前瞻性地探索着科技、文化与商业的创新融合，并创造了一个又一个业界典范。

“中国接入互联网”20周年之际，上海市信息化青年人才协会也迎来了10周年的纪念，这个社会团体中凝聚着10年来积极参与上海乃至全国信息化建设以及产业发展的各界优秀青年人才，他们从由上海团市委、上海市经信委以及中国移动上海公司共同坚持举办了13年的“上海IT青年十大新锐评选”活动中涌现出来，他们与时代共同成长，并肩负着引领行业进一步向前迈进的历史重任。

在前行的路上，在仍然激情澎湃的信息化产业发展进程中，让我们偶尔静静地坐下来，回首梳理过去，转身凝望未来。寻找一个精神的驿站，将实干的经验与思考的智慧融合，并承继给参与在“全面深化改革”这一伟大历史时期的更多人，成为这个社会团体的责任与愿望。我们邀请了众多优秀青年中的一批代表人物，从不同的细分行业和各具特色的人物视角出发，尝试勾勒出这十年来一路走过的无悔青春。

我们相信，上海市信息化青年人才协会的全体优秀青年们，必将继续引领IT行业潮流，继续以创新创业的情怀，为建设“国家战略中的上海”，注入青年之力量！

编者按

2014年11月

目录

001 创业篇 ——IT弄潮儿

- ／004 江南春：把无聊时间变成广告价值
- ／020 陈天桥：盛大传奇
- ／032 梁建章：让携程再创业一次
- ／050 姚欣：成为那个改变人们生活方式的人
- ／064 袁辉：天生的创业者“小i”重出江湖
- ／078 张涛：“匍匐前进”的“慢公司”如何挣大钱
- ／094 邢波：不温不火的软件行业，潜力依旧巨大
- ／108 张松峰：创业是时代赋予我的责任
- ／120 周清会：一个上海外来者的盗梦空间
- ／134 伏彩瑞：把学习这件事儿弄简单

147 才俊篇 ——青年领军人

- ／150 戴剑飏：在分享中实现价值
- ／162 黄刚：信息通信的“铺路工”
- ／176 李怀宇：独特“眼光”弄潮新媒体
- ／194 陈占胜：不断创造奇迹的卫星总设计师
- ／206 王波兰：巾帼不让须眉的导弹“造型师”
- ／218 王斌：青春20年，追梦互联网

227 求实篇

——行业“排头兵”

- ／230 占锦川：农业IT的“弄潮儿”
- ／244 毛炜青：描绘城市脸孔的人
- ／254 何萍：拆掉医院里的墙
- ／262 李根国：超级计算 烟花外有蓝天
- ／272 张建军：给大数据时代的信息安全“紧箍”
- ／280 王鹏：做一家有质感的公司
- ／292 池晓彬：账单无纸化是最终的目标
- ／302 康剑：体制内的不甘心

315 后记

319 历届上海IT青年十大新锐当选名单

创业篇

三弄潮儿

江南春 把无聊时间变成广告价值

陈天桥

盛大传奇

梁建章 让携程再创业一次

姚欣 成为那个改变人们生活方式的人

袁辉 “天生的创业者”小“重出江湖”

张涛 “创蜀前进”的“慢公司”如何挣大钱

邢波 不温不火的软件行业，潜力依旧巨大

张松峰 创业是时代赋予我的责任

周清会 一个上海外来者的盗梦空间

伏彩瑞 把学习这件事儿弄简单

创业篇——IT弄潮儿

改革开放以来，上海始终是IT创新与创业的一片热土，上海的信息化水平也在国内居于领先地位。在数字技术飞速发展，网络应用日益普及的10年中，在上海这个向来得国际国内潮流风气之先的城市里，涌现出一大批年轻的创业精英。他们在信息化的大潮中破浪前行，展示出各自的青春风采。



江南春

把无聊时间变成广告价值

出生年份：1973 年

毕业院校：上海华东师范大学中文系

职务：分众传媒 CEO

个人经历：

1995 年毕业于华东师范大学，汉语言文学专业学士

1994 年~2003 年，永怡传播有限公司总经理

2003 年，创立分众传媒，担任董事局主席和首席执行官，同年被评为年度传媒人物

2005 年，分众传媒成功登陆美国纳斯达克股市，成为海外上市的中国纯广告传媒第一股，并以 1.72 亿美元募资额创造了当时的 IPO 纪录

2007 年，分众传媒收购好耶，进军网络广告领域

2012 年，分众传媒海外退市

人们常说，商人最重要的是眼光。如果要给这句话举一个例子来解释，电梯间那几平米的空间和几分钟的时间可以是个范本。十几年前，在大多数人认为百无聊赖的电梯间里，有一个人在这里发现了广告的价值，为广告拓展了一个史无前例的新空间。

他就是江南春，在不到 30 岁的时候凭借眼光成就了广告业的一段传奇。他创办的分众传媒，从一线城市杀到二、三线城市，不断扩充自己的广告领地，再登陆纳斯达克。江南春自己也跻身福布斯中国富豪榜，各种荣誉和盛赞纷至沓来，一时间成为上海滩风头最劲的企业家。

在分众传媒顺风顺水的发展中，广告业迎来了移动互联网时代。无疑，移动互联网时代正在挑战江南春的分众模式。人们发现，在江南春最近的言论中，越来越多地提到在今天这个时代如何再创业。分众传媒正在期待江南春的下一次眼光。

大学校园里天生的生意人

1991 年，18 岁的江南春考入华东师范大学中文系。那时江南春的梦想，是成为一个先锋派诗人。

可是，文艺范儿的梦想抵挡不住对赚钱的需求。江南春是上海本地人，父母都是工薪阶层，给江南春的生活费并不多。为了竞选校学生会主席，他曾向同学借过 160 元钱。他不想向家里要钱，更不想长时间听父母的唠叨，想要早日独立，于是开始琢磨怎样让自己挣点钱。

最初，他和大多数大学生一样，选择做家教挣钱，7 元钱两个小时。

可是，江南春大学的课程已经排得很满了，少量的家教根本无法满足他日常的开销。

这时出现了一个赚钱的机会。一家名为上海亚太影视公司的企业来学校招业务员，每月300元工资。在上世纪90年代初，这对于学生来说是一笔相当可观的收入。江南春开始了他的第一份推销员的工作，销售东方电视台一个叫“东视旋律”的节目广告。一个月后，招来的30名业务员只留下了两名，江南春是其中之一，因为他的业绩相当不错。到1993年的时候，江南春作为一个大学生，大约做了公司三分之一的营业额，约150万元。

这样的成绩在今天的大学生中也不多见。江南春无疑已经实现了自我独立，隐隐地让人感觉他是那种天生的生意人。这样的人一般是不会满足于给别人打工的。所以，一点都不意外，江南春开始了在大学的创业生涯。

江南春的第一次创业给他带来了第一桶金。1994年2月，大三学生江南春与包括香港永怡集团在内的几个伙伴合资成立永怡传播，注册资金100万元，江南春出任永怡传播的总经理。这是一家以创意为主的广告代理公司。1995年，永怡的年营业额已达到500万元左右，这在当时已经是一个中型的广告公司，联想成为其客户。

1995年，江南春大学毕业。这以后的近7年时间里，江南春把自己全身心地投入到永怡之中。永怡承揽了上海IT、互联网广告业里最大的一部分业务。

有意思的是，江南春发展永怡并不是株守永怡，而是采取了“曲线救国”的办法，搭上了一辆发动机更强的汽车。他找到一家企业合作，然后让永怡成为其广告代理商，借助这家更牛的企业的资源来发展永怡。

这家企业叫做 IDG 传媒，全称是美国国际数据集团（International Data Group），它是全世界最大的信息技术出版、研究、发展与风险投资公司。事实上，“曲线救国”也不是江南春最初的思路，他最初接触 IDG 是为了项目融资，项目没谈成，但他给 IDG 传媒集团总裁留下了很好的印象。

1995 年底，IDG 传媒为了在中国发展，想要并购一些广告公司，于是永怡进入了他们的视线，再加上总裁对江南春的信任，这应该是一笔很不错的生意。可是，按照当时的政策规定，外资不允许进入中国广告业，这笔并购的生意最终打了水漂。

错过了被收购的机遇，可不能错过 IDG 这艘大船，江南春预感到 IT 业将会成为巨大的经济爆发点。凭借 IDG 在 IT 业的一些数据资源，永怡开始专注于这个行业。在 1996 至 1998 年，永怡一度几乎垄断了上海 IT 业的所有客户，也成为这个行业国内领先的广告公司。1998 年，永怡全年的收入达到五六千万元，这几乎占据了上海 IT 广告业 95% 的份额。

永怡的成功并没有让江南春沉迷于此，因为在上海 IT 广告业内处于超级垄断的地位让永怡的发展遭遇瓶颈。那时的江南春还不满 30 岁，难道一个创意十足的年轻人的工作目标，只是限于带领永怡占有那剩下 5% 的余额吗？

很自然地，江南春在公司发展的深度和广度方面做了考虑。一是拓展 IT 广告市场，着力点在于 IT 业发展较好的北京和广州，二是拓展客户的行业，先从最赚钱的房地产和家电业开始。

永怡的这两条发展路线是没有错的，可是走不走得通就要看实践了。现实交给江南春的答卷是永怡的业务开展并不顺利，由于在上海的团队无法服务到北京，而北京市场的竞争也相当激烈，作为新进入者，永怡

并不那么容易争得一席之地。广州市场虽然开拓得还不错，但也远不如上海那么成功。同样，在其他行业，永怡虽然获得了诸如东方海外房地产公司这样的客户，但难成规模效应。

2000年，江南春又搭上了一辆更快速度发展的便车——互联网。这也证实了他当初看好IT业是正确的。永怡把重心放在了互联网上，这使得当年永怡的营业额有了5千万的增长，第一次破亿元。这主要是因为当年同时代理了7个网站的广告。

好日子没过多久，一年之后，互联网经济泡沫破灭。依靠互联网发展的永怡同样受到了行业不景气的牵连。以之前和永怡服务的7家互联网站为例，一夜之间7个客户荡然无存；更可怕的是，这并不是永怡的服务问题，没有错误不知道怎么改正。

江南春曾对媒体回忆，当公司的营业额水平上亿元后，再想要回到几千万元是回不去的，因为公司的运营成本、人力成本都不可能再回到过去，包括公司当时从奥美、智威汤逊等一流广告公司请了大量的创意人员过来。要维持公司正常的运转，就必须守住1.3亿到1.4亿元的营业额。没办法，江南春只能带着他的团队开始拼，以劳碌命的方式疯狂地工作。

在电梯间立起广告牌的创意

今天，在食堂的桌子上都贴满了广告，可在当初互联网初起的那个时代，广告载体远不如今天这么丰富，即便是在最时尚的大都市上海，